Daniel Link
y sus amigos

El Pequeño Comunicólogo ¡ilustrado!

Actividades sobre comunicación y medios masivos para la escuela secundaria

ediciones del eclipse

El Pequeño Comunicólogo ¡ilustrado!

25/4

Daniel Link
y sus amigos

El Pequeño Comunicólogo ¡ilustrado!

Actividades sobre comunicación y medios masivos para la escuela secundaria

ediciones del eclipse

Diseño y diagramación:
Luis A. Masanti

Diseño de tapa:
Daniela Coduto
Karina Delgado

© by **Ediciones del Eclipse**, 1992
Charcas 3748, 3º B
1425 Buenos Aires

ISBN: 950-99530-4-0

PRIMERA EDICION

Este libro no puede reproducirse total o parcialmente por ningún método gráfico, electrónico o mecánico, incluyendo los sistemas de fotocopia, registro magnetofónico, o de almacenamiento de datos sin expreso consentimiento del editor.

Hecho el depósito que previene la ley 11.723.
Impreso en Argentina. Printed in Argentina.

Dedico este libro
a mis compañeros de trabajo de la
Universidad de Buenos Aires, a mis alumnos
y a mis hijos, Eugenia y Tomás,
que algún día se reirán de él.

SUMARIO

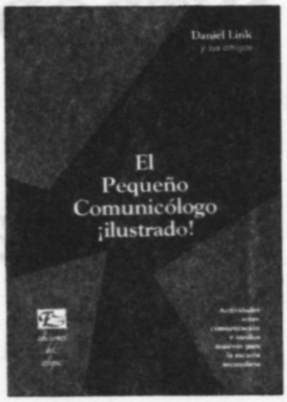
0. Introducción
1. Cómo se hace un Comunicólogo
    1.1. Un poco de historia
    1.2. Un poco de teoría
    1.3. Un poco de práctica
2. Teoría y Práctica de la Comunicación
    2.1. Información y señal
    2.2. Elementos del proceso Comunicativo
    2.3. Analógico/digital
3. Cómo se hace un Comunicólogo
    3.1. Acciones y comportamientos
    3.2. El relato y la frase
    3.3. Transformaciones narrativas
    3.4. El relato clásico
    3.5. La secuencia: árbol/trenza
    3.6. Análisis del relato
    3.7. El guión
4. Medios masivos de comunicación
5. Diarios y revistas
6. Radio
7. Televisión y video
8. Apéndices
    8.1. Otras actividades
    8.2. Lecturas complementarias
    8.3. Glosario
    8.4. Bibliografía razonada

INTRODUCCIÓN

Hay una vieja canción de los **Doors** que empieza así: “*Hello, I love you; won’t you tell me your name?*” *Hola, te quiero, ¿no me dirías tu nombre?*: Es una frase un poco rara, ¿no? ¿Se podrá querer a alguien sin saber siquiera su nombre? La verdad es que no sé... Pero igual te digo: *Hello, I love you, won’t you tell me your name?*

Pegá tu foto acá

4 ¡Hola! Yo me llamo Daniel Link y tengo buenas razones para estar escribiendo esto, en este momento, y para que vos lo uses. Algunas de esas razones las vas a encontrar acá adelante y otras, espero, te van a quedar claras cuando lleguemos al final. Estoy impaciente por que empecemos a trabajar así que no te voy a dar la lata desde ahora; sólo un par de consejos. Cada tanto vas a ver que dejo que hablen unos amigos míos. Por respeto hacia ellos y hacia vos, al final del libro vas a encontrar unas "Lecturas complementarias" donde están sus **palabras textuales**.



(Viste cómo es el teléfono descompuesto: yo te cuento algo que me contaron y lo estoy deformando: para evitar eso convendría que fueras al final cada vez que tengas dudas.)

También al final del libro vas a encontrar un **glosario** donde aparecen definidas algunas palabras complicadas que fueron apareciendo antes. Están todas las palabras que en el libro llevan un asterisco (*).

3 ***El Pequeño Comunicólogo (Ilustrado)*** es un manual de instrucciones y un cuaderno de actividades sobre medios de comunicación.

El Pequeño Comunicólogo, Ilustrado tiene el propósito de someter a la comunicación y a los medios a una mirada crítica, para rescatar todo aquello que pueda producir conocimiento.

Un amigo mío, Rolando Barto, dice siempre que no conoce a nadie que se haya vuelto más culto o más inteligente mirando TV. Lo que yo le contesto y él no quiere reconocer es que parte de su talento tiene que ver con su necesidad de pensar argumentos ***contra*** *la TV. Hay maneras y maneras de mirar TV. En* ***EPC*** *damos instrucciones para mirar mejor.*

2 ***El Pequeño Comunicólogo (¡Ilustrado!)*** propone una serie de actividades sobre:

a. comunicación.
b. medios masivos de comunicación.
c. géneros periodísticos.
d. consumos culturales juveniles (rock & roll, video, etc....).

Estas actividades están acompañadas a veces de pequeños textos teóricos (¡tampoco se trata de dejar de leer!). Por otro lado, el orden propuesto admite varios itinerarios posibles, de acuerdo con el tiempo disponible, los intereses y la edad de los alumnos y del docente; no todas las actividades son para resolver en clase: algunas están hechas para investigar, para pensar, para jugar en casa.

Otro amigo, Juan Beryer, piensa que mirar bien, saber mirar, te soluciona la vida. Además sostiene que mirar bien implica necesariamente experimentar. ¡Qué tal! Hay que animarse...

1 ***El Pequeño Comunicólogo: Ilustrado*** funciona sólo con las siguientes fuentes de energía:

- pasión (o en su defecto entusiasmo) por el conocimiento
- ganas de trabajar
- curiosidad y espíritu aventurero
- amplitud de horizontes

Accesorios: Los accesorios tecnológicos que se quieran incorporar a ***El (Pequeño) Comunicólogo Ilustrado*** (videocasetera, cámara de video, instrumentos musicales, micrófonos, computadora) mejorarán su rendimiento. Sin embargo, con apenas un radiograbador, ¡***El Pequeño Comunicólogo (Ilustrado)*** funciona óptimamente!

*Miguel Fucó, un gran amigo, fue siempre partidario de la austeridad. Una vez tiró todos los muebles que tenía y se quedó sólo con una mesa de trabajo. ¡Y no te imaginás las cosas increíbles que hizo! Nunca me lo dijo, pero supongo que sacó de Andy Warhol la idea de que con **nada** se puede hacer **todo**.*

Lo que sí es esencial es un buen *banco de imágenes y de sonidos* (esto es lo mismo que decir fotos de revistas y casetes de música: pero no me digan que banco de imágenes y de sonidos no queda mejor).

0 Con mis amigos hemos preparado un **kit tecnológico** con algunas imágenes y algunos sonidos para usar con este libro (diapositivas, casetes y videos). Pero igual es importante que ya mismo vos y tus compañeros hagan un relevamiento de los materiales, herramientas y accesorios que puedan aportar. Anoten acá mismo todo lo que se les ocurra:

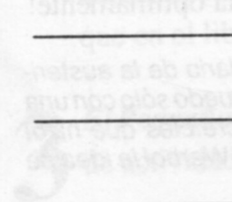


Foto: Guido Indij

Y ahora, pasá a la próxima página y empezá a pensar.

¡Ah, me olvidaba! Yo luzco más o menos así, en mis mejores momentos.

Octubre de 1991

Cómo se Hace un Comunicólogo

1.1. Un poco de historia

Cuando yo era chico, cuando estaba en la escuela secundaria, a veces entraba en la sala de profesores y escuchaba pedacitos de conversaciones. Naturalmente, transmitía esos pedacitos de conversaciones, prolijamente distorsionadas, a mis amigos. Con ese método llegamos, alguna vez, a producir un escándalo. **¡Cosas de chicos!**

Pero una vez escuché algo que me llenó de zozobra. Una profesora de literatura le decía a otra: "Pero qué querés, **mi querida**, poeta se nace, no hay nada que hacerle: poeta **se nace** y no **se hace**".

Baudelaire

Me quise morir porque, imaginate, yo mismo quería ser poeta, no estaba muy seguro de haber-nacido-poeta y ahora me venía a enterar de que uno no-se-hacía-poeta. ¡Qué bajón!

Por supuesto que esto no se lo dije a nadie y hoy creo (estoy **convencido**) que eso no era cierto: los poetas, como los físicos, los videastas, los ingenieros electrónicos, los geógrafos o los escultores se hacen: de a poco, con trabajo y con paciencia. Lo que sí es cierto es que hay **disposiciones*** a partir de las cuales hacer cada una de esas tareas: hay gente más dispuesta a hacer física que videos, hay gente más dispuesta a estudiar geografía que poesía, hay gente más dispuesta a dedicarse a la escultura que a la ingeniería electrónica.

Vos pensarás: "A mí me gusta…" Pero, en realidad, no se trata de eso. Las disposiciones no tienen que ver necesariamente con el gusto* personal. A uno le gustan ciertas cosas y no otras porque tiene determinadas disposiciones. Y uno tiene determinadas disposiciones por muchas razones a la vez. Por ejemplo: los hábitos* culturales

LC 0 adquiridos desde la infancia. Por ejemplo: las tradiciones* familiares. Y también la escala de evaluación vigente (hay cosas bien vistas y cosas no tan bien vistas).

Conjunto de Determinaciones → **Disposiciones** → **Gustos**

LC 1 Por todas estas razones hoy puedo decirte: **un comunicólogo no nace, se hace**. Un comunicólogo es alguien entrenado para leer y mirar, para ver de determinada forma. Y, lo que también hay que tener en cuenta: ¡todo el mundo tiene **disposición** respecto de la comunicación!

Bueno, pero cómo, **cómo,** se hace un comunicólogo, ¿eh?

1.2. Un poco de teoría

Un buen comunicólogo es alguien que lee mucho y bien (cualquier cosa) y mira mucho y bien (cualquier cosa). Un buen comunicólogo es un comunicólogo **ilustrado**, en el sentido más intelectual del término (buscalo en el diccionario).

Un buen comunicólogo es un experto en **modos de comunicación**: ¿cómo se produce, cómo se transmite, cómo se interpreta la información? Un comunicólogo (ilustrado) sabe responder estas preguntas.

Algo así como un baquiano, como un rastreador.

El baquiano y el rastreador

RADIOGRAFÍA DE LA PAMPA 9

El baquiano posee finos órganos de orientación y dotes de médium. En él parece haber tomado conciencia la tierra del secreto a que obedecen sus formas, colores, consistencia, distribución. Cada accidente está en la inteligencia del baquiano, ligado indefectiblemente con otros, de manera que le basta contemplar un limitadísimo trozo de paisaje para comprenderlo todo.

El baquiano no necesita haber pasado muchas veces por un mismo lugar; puede no haberlo visto nunca. Pero por cierta experiencia de las hierbas, de los colores de la tierra, de las remotas cumbres, asociando presagios y sugestiones infinitesimales, liga el pedazo de campo o de selva que tiene ante la vista, a un todo inmenso, a la conformación de leguas y leguas.

Tipo gemelo del baquiano es el rastreador. El rastreador tiene sus antenas en los nervios ópticos y está todo él en la vista. Si el otro es el intuitivo, el descubridor, el rabdomante, éste es el analítico, el lógico, la palma o el pez al que basta un indicio apenas perceptible como referencia, para deducir un largo silogismo de orientación. Conoce la diferencia entre la hierba que se marchita sola y la que se marchita por presión de un cuerpo extraño; en la huella ve si la bestia va cansada, satisfecha o hambrienta, si cargada o de tiro, si era macho o hembra, si era regida por mano segura o inexperta, si era guiada con o sin apuro. Por la huella del casco infiere toda una historia detectivesca, y el criminal deja escrita la marcha, a sus ojos, como en un plano. En las ramas encontrará pendientes partículas impalpables e invisibles de algún cuerpo que lo rozó, y en las hojas la señal imperceptible de las manos. No es posible apoyarse impunemente a descansar contra el tronco de un árbol, vadear un río, avanzar trepando de rama en rama largos trechos; en cada sitio queda la huella fresca por muchos días y él la ve.

Ezequiel Martínez Estrada.
Radiografía de la Pampa.
Buenos Aires, 1933.

La única diferencia entre estos expertos que Martínez Estrada describe y un comunicólogo es que éste se preocupa especialmente por la información en un contexto de relaciones culturales mediadas*, es decir en un contexto dominado por los medios masivos de comunicación. Como decía un viejo maestro:

El medio es el mensaje

(1) ¿Qué te parece que quiere decir esto? Anotá acá tus conclusiones.

____

____

____

(Para más información podés hojear el capítulo 4.)

Así que, amigo mío, la idea es que te conviertas en un comunicólogo (ilustrado). La idea es que aproveches tus disposiciones hacia los medios de comunicación (¿o me vas a decir que no mirás TV, que no escuchás radio, que no vas al cine, que no mirás carteles publicitarios por la calle?) para

- **pensar y**
- **hacer cosas**

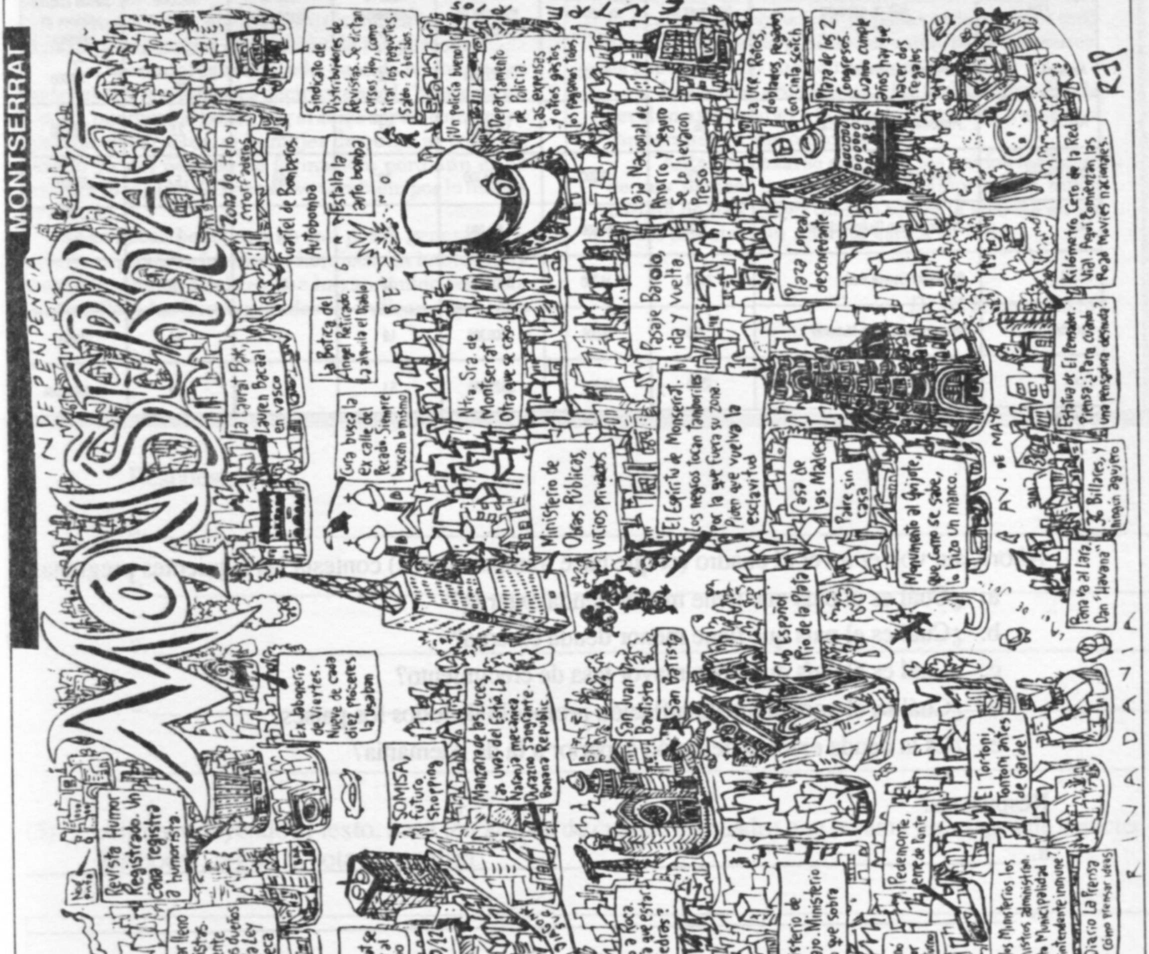
respecto de la comunicación y los medios masivos.

Seguime por acá --------->

1.3. Un poco de práctica

(2) En esta página hay un dibujo de Rep que, digamos, describe un barrio de Buenos Aires. Cada letrero es un pequeño chiste. En diez minutos tenés que encontrar diez chistes **que puedas explicar**. Los que van terminando le avisan al profe para que los anote en el pizarrón.

Después empiezan a leer y explicar y cuando uno se equivoca sigue el siguiente.



Rep, Página 12, 1/8/91

 Alumno: .... **Curso:** .... **Hoja:** ....

(3) *Mirá bien el* cuadro que sigue. Tratá de recordar la información que contiene. Después tapalo con una hoja.

QUIEN ES QUIEN
(Perfil de los participantes en la reunión de Londres)

País	Jefe de gobierno	Población (millones de habitantes)	Renta per cápita en dólares	PBI en millones de dolares	Tasa de Crecimiento %	Tasa de desempleo	Inflación (%)	Deuda externa millones de dólares
Alemania	Canciller Helmut Kohl	79,9	18.500	1.272.900	1,8	9,5	3,5	127.000
Francia	Presidente François Mitterrand	56,1	16.000	1.000.800	3,7	10,9	2,5	65.000
Gran Bretaña	Primer ministro John Major	57,0	13.200	834.100	3,0	10,6	5,7	109.000
Italia	Primer ministro Giulio Andreotti	57,6	14.600	871.900	3,4	11,5	5,1	74.000
EE.UU.	Presidente George Bush	248,2	19.700	5.237.700	3,8	5,4	4,6	581.000
Canadá	Primer ministro Brian Mulroney	29,5	15.000	500.300	1,9	7,7	5,4	245.000
Japón	Primer ministro Toshiki Kaifu	122,0	21.000	2.920.300	5,1	2,2	2,3	no declarada

Ahora, sin volver a ver el cuadro (el que hace trampas pierde) contestá las siguientes preguntas:

a. ¿Cuál es el país que tiene mayor deuda externa?
b. ¿Cuál es el país que tiene menor deuda externa?
c. ¿Cuál es el país que tiene mayor tasa de crecimiento?
d. ¿Cuál es el porcentaje de inflación promedio de todos los países?
e. ¿Es la deuda externa de Japón superior a la de Alemania?

Respuestas:

a. ______________________________

b. ______________________________

c. ______________________________

d. ______________________________

e. ______________________________

(4) Leamos rápidamente el texto de la página siguiente. Está tomado de una revista femenina que salía en Buenos Aires a principios de siglo. Después, tapalo con una hoja.

Sin volver a leer el texto, contestá las siguientes preguntas:

a. ¿Cuáles serían los mejores indicadores para juzgar el carácter de las personas?
b. ¿Cuál es la mayor dificultad que encuentran los novios para juzgar el carácter de sus novias?
c. ¿Cómo sería la boca de un personaje célebre, de un carácter fuerte y heroico?
d. ¿Cómo sería la boca de una mujer dispuesta a todo cuando está enamorada?
e. ¿Cuándo indica estupidez o indecisión una boca?

El carácter y los labios

Todo el mundo sabe, y principalmente los artistas, que los labios son con los ojos los rasgos fisonómicos que más sirven para expresar las emociones y los sentimientos.

Constituyen, por lo tanto, un indicador excelente para poder juzgar el carácter de las personas.

En las mujeres sobre todo, cuando no sonríen ni contraen las facciones, es decir, cuando la boca está en reposo, pueden los labios por sí solos servir como para apreciar el carácter, si la mujer de quien se trata ha pasado ya del período de formación; pero aún en la primera juventud, la boca sirve también, por lo menos de indicio.

Las bocas pequeñas no son por lo general atributo de caracteres fuertes ni heroicos: ha habido muy pocos personajes célebres que hayan tenido pequeña la boca. Pero las bocas grandes no indican vigor más que cuando tienen los labios apretados. Una boca abierta por costumbre, expresa sorpresa, sordera, estupidez o indecisión.

Los labios apretados son característicos de una mujer reservada. No se puede mirar a esta boca sin comprender que su dueña es persona de mucha fuerza de voluntad.

Una boca con los labios llenos y el superior algo corto, pero bien proporcionado y dotado de mucha movilidad, con una pequeña curva hacia arriba, indica que la mujer que la posee quiere sobre todo agradar y hacer lo posible por conquistar corazones: es capaz de todo cuando está enamorada.

Los labios gruesos con el inferior algo saliente revelan a una mujer aficionada a hablar y a sostener con terquedad sus opiniones.

Antes de casarse estudien los novios las bocas de sus novias, por más que la empresa es difícil porque no hay mujer que no tenga la sonrisa en los labios mientras su amante está a su lado.

*De **El Hogar**, 1915.*

Respuestas:

a. ______________________________

b. ______________________________

c. ______________________________

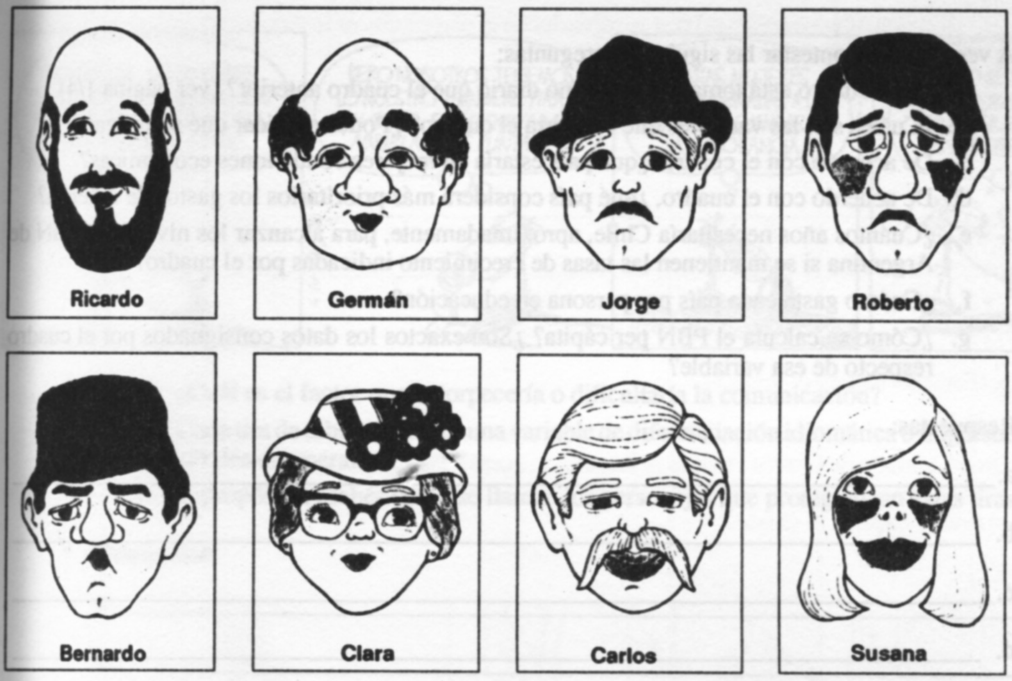
d. ______________________________

e. ______________________________

(5) Ahora, releyendo el texto, hacé (en grupos de cuatro) un cuadro que resuma los rasgos de carácter y las bocas, según la nota los analiza.

(6) ¿Qué podés decir del contenido de la nota; te parece cierto, verosímil, útil?

(7) Hablando de rasgos, ahora vas a encontrar varias caras. Tu profe te va explicar cómo armar un campeonato con ellas.



(8) Mirá atentamente el cuadro que está más abajo.

ARGENTINA Y CHILE EN CIFRAS

Argentina		Chile
	PRODUCTO BRUTO NACIONAL	
86.395	• PBN Total -1990- (en millones de u$s)	21.923
2	• Crecimiento anual (en %)	6,8
2.654	• PBN per cápita (en u$s)	1.600
1,4	• PBN dedicado a la defensa (en %)	4
-13,3	• Crecimiento acumulado 1981/90 (en %)	29
	POBLACION	
32.424	• Cantidad (en miles de personas)	13.215
1,2	• Crecimiento anual (en %)	1,5
	INFLACION	
1.013,1	• Promedio 1982/90 (en % anual)	21,8
	FF.AA., SALUD Y EDUCACION -1988-	
2.972	• Gastos militares (en millones de u$s)	808
3,1	• Gastos militares (en % del PBN)	4
1,5	• Gastos en salud (en % del PBN)	2,1
1,8	• Gastos en educación (en % del PBN)	5,2

Fuente: Banco Mundial y CEPAL

A ver si podés contestar las siguientes preguntas:

a. ¿Este cuadro está tomado del mismo diario que el cuadro anterior? (ver página 1/4)
b. ¿Cuáles son las variables que compara el cuadro? ¿Podés explicar qué significan?
c. De acuerdo con el cuadro, ¿qué país estaría en mejores condiciones económicas?
d. De acuerdo con el cuadro, ¿qué país considera más prioritarios los gastos de defensa?
e. ¿Cuántos años necesitaría Chile, aproximadamente, para alcanzar los niveles de PBN de Argentina si se mantienen las tasas de crecimiento indicadas por el cuadro?
f. ¿Cuánto gasta cada país por persona en educación?
g. ¿Cómo se calcula el PBN per cápita? ¿Son exactos los datos consignados por el cuadro respecto de esa variable?

Respuestas:

a. ____

b. ____

c. ____

d. ____

e. ____

f. ____

g. ____

(9) A continuación vas a ver dos tiras cómicas y un fragmento de historieta. A veces cuesta entenderse, y uno de los motivos está en estas viñetas:

a. **¿Cuál es el factor que entorpecería o dificultaría la comunicación?**
b. **Cada tira de dibujos plantea una variable de diferenciación idiomática o lingüística distinta. ¿Podés enumerarlas?**
c. **A propósito, ¿sabés cómo se llaman los personajes que protagonizan estas tiras?**

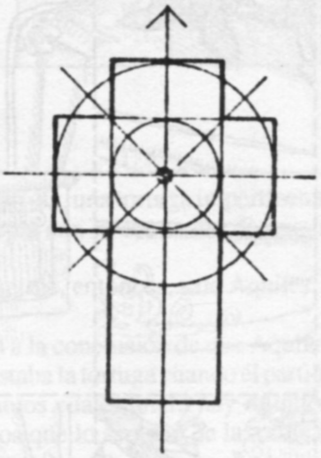
Respuestas:

a. ____

b. ____

c. ____

(10) Leé con mucha atención el texto que sigue. Buscá las palabras que no entiendas en un diccionario y después contestá las preguntas.



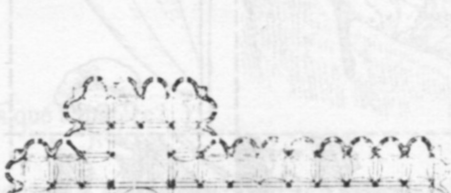
La Iglesia del Espíritu Santo en Florencia, proyectada por Brunelleschi en 1436 y construida en 1444 es una obra maestra de planeamiento geométrico. Brunelleschi deriva toda la planta, una cruz latina con cúpula en el crucero, de un cuadrado. El diseño plantea naves laterales continuas que rodean todo el espacio y que están constituidas por una sucesión regular del módulo cuadrado. La nave central resulta de una serie de cuatro cuadrados mayores y su altura es igual al doble de su ancho.

Salvo esta nave central, que probablemente sea una concesión a exigencias tradicionales y funcionales, la planta es perfectamente simétrica alrededor del cruce.

A diferencia de las basílicas medievales, los ejes de cuyas plantas tenían el significado de recorridos de salvación a partir de los cuatro ángulos de la tierra, los ejes del diseño de Brunelleschi forman un sistema centralizado autónomo. Brunelleschi consigue expresar así una nueva concepción del mundo y una nueva condición del conocimiento.

No hay que olvidar que Brunelleschi es el inventor de la perspectiva científica que, durante casi quinientos años, hasta el desarrollo del cubismo, fue la única manera que los pintores concibieron para representar el espacio.

Adaptado de Norbert-Schulz.
El significado de la arquitectura occidental.
Buenos Aires, Summa, 1979.



a. ¿Cómo se relacionan, según el texto, concepciones de mundo y formas geométricas?
b. ¿A qué época pertenece Brunelleschi?
c. ¿Hay diferencias entre las iglesias de la Edad Media y las del Renacimiento? ¿Cuáles son?

d. ¿Cuál de los dibujos (plantas) que se reproducen te parece que es la ilustración del texto que leíste?
e. Ponele un título al texto.

Respuestas:

a. ______________________________

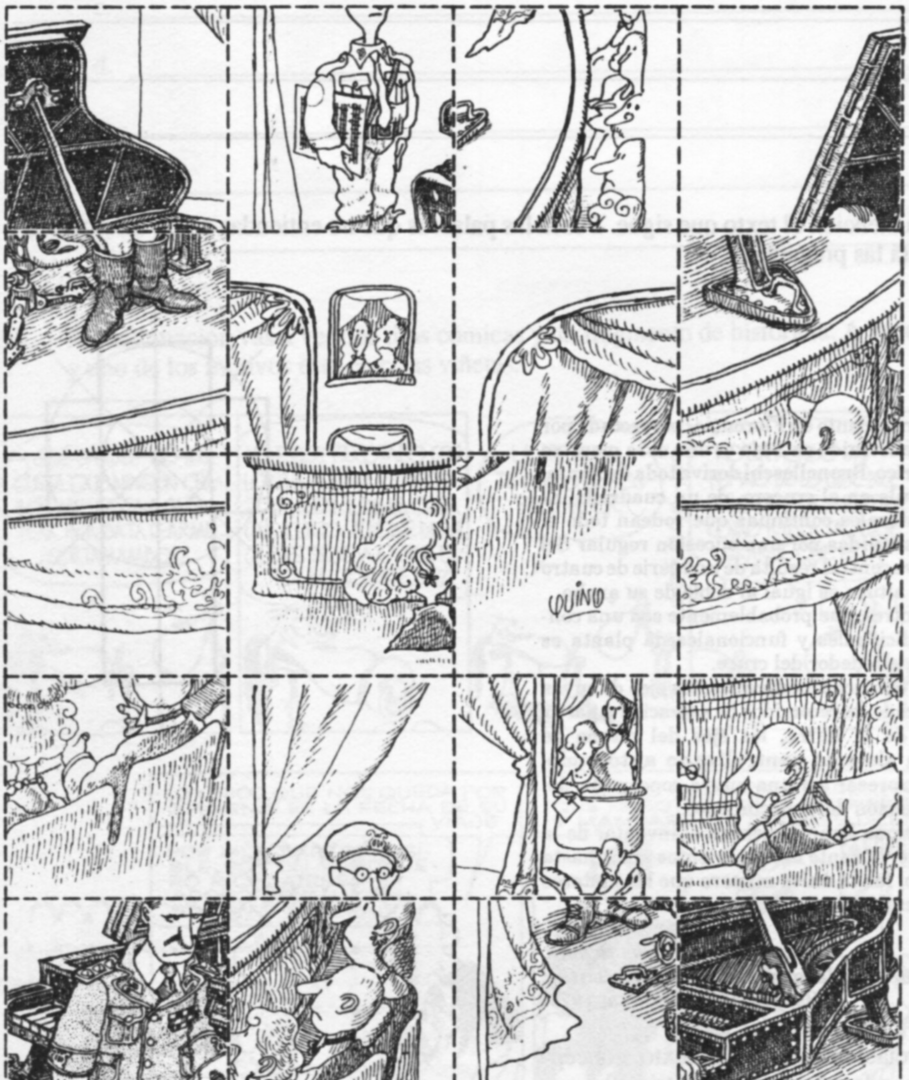
b. ______________________________

c. ______________________________

d. ______________________________

e. (Escribilo sobre el texto.)

(11) La editora de este libro se llama Rosario y gusta de los chistes. Acá debajo debía aparecer un dibujo de Quino tomado de **Clarín revista** ¡y Rosario lo cortó en pedazos y lo desordenó todo! ¿Serías capaz de indicar en la cuadrícula de al lado en qué lugar debe ir cada fragmento? Después describí brevemente la imagen y explicá el chiste.



(12) **Aquiles y la tortuga filosófica**

Aquiles, el de los pies alados, era el corredor más rápido de Grecia. Un día, una tortuga impertinente lo desafía a una carrera. Aquiles, que juzga insensato el convite, acepta con la condición de que la tortuga se tome una cierta ventaja.

La tortuga sale de la línea de partida y cuando ha recorrido cien metros, entonces, sale Aquiles.

¿Quién gana la carrera?

Muchos filósofos importantes discutieron este problema y llegaron a la conclusión de que Aquiles jamás alcanzará a la tortuga. Cuando Aquiles llegue al punto en el que estaba la tortuga cuando él partió, la tortuga ya estará en otro y así sucesivamente. Como entre dos puntos cualesquiera hay infinitos puntos, Aquiles siempre está tratando de recorrer esos infinitos puntos que lo separan de la tortuga.

¿Y a vos qué te parece? ¿Podés refutar a los filósofos que decían esto?

(13) Mi amigo Andrés dice:

"Yo siempre miento"

El problema es que yo no sé si eso es verdad. ¿A vos qué te parece?

Perdoname que te interrumpa, pero me parece que a esta altura del partido debo decirte que ¡ya sos un comunicólogo hecho y derecho! ¿Te das cuenta de todas las operaciones mentales que pusiste en juego para resolver los ejercicios que te propuse?

(14) **Enumeralas y señalá el ejercicio que le corresponde:**

Operación o capacidad	Ejercicios	Operación o capacidad	Ejercicios

Un comunicólogo (ilustrado) debe desarrollar esas capacidades que vos demostraste dominar. ¡Mis más sinceras felicitaciones!

(15) **Ahora vamos a tratar de ver qué clase de comunicólogo sos. Este es un test elaborado científicamente. Elegí tus respuestas, después verificá el puntaje con tu profe y fijate en la tabla de perfiles qué clase de comunicólogo sos.**

Elegí una opción y marcá el casillero correspondiente con una cruz:

1
- ☐ a. Leer (cualquier cosa)
- ☐ b. Mirar TV (cualquier cosa)
- ☐ c. Pescar
- ☐ d. No sabe/No contesta

2
- ☐ a. Fútbol
- ☐ b. Tenis
- ☐ c. Golf
- ☐ d. NS/NC

3
- ☐ a. Videomatch
- ☐ b. A la cama con Moria
- ☐ c. NS/NC

4
- ☐ a. Soda Stereo
- ☐ b. Virus
- ☐ c. NS/NC

5
- ☐ a. Películas en colores
- ☐ b. Películas en blanco y negro
- ☐ c. NS/NC

6
- ☐ a. Tierra
- ☐ b. Fuego
- ☐ c. NS/NC

7
- ☐ a. FM Horizonte
- ☐ b. FM Rock & Pop
- ☐ c. NS/NC

8
- ☐ a. Borges
- ☐ b. Lugones
- ☐ c. NS/NC

9
- ☐ a. Superman
- ☐ b. Batman y Robin
- ☐ c. Superboy
- ☐ d. NS/NC

10
- ☐ a. Diputado Jaroslawsky
- ☐ b. Diputado Zamora
- ☐ c. Diputado Albamonte
- ☐ d. NS/NC

11
- ☐ a. Contestar encuestas
- ☐ b. No contestar encuestas
- ☐ c. NS/NC

12
- ☐ a. Ir al cine
- ☐ b. Ver un video
- ☐ c. NS/NC

13
- ☐ a. NS/NC
- ☐ b. Sex Pistols
- ☐ c. Yes
- ☐ d. Emerson, Lake & Palmer

14
- ☐ a. Truco
- ☐ b. Canasta
- ☐ c. Poker
- ☐ d. NS/NC

15
- ☐ a. Pelo largo
- ☐ b. Pelo corto
- ☐ c. Pelado

16
- ☐ a. Charlie García
- ☐ b. Spinetta
- ☐ c. NS/NC

17
- ☐ a. Julia Roberts
- ☐ b. Kim Bassinger
- ☐ c. NS/NC

18
- ☐ a. Tom Cruise
- ☐ b. Micky Rourke
- ☐ c. NS/NC

19
- ☐ a. Sting
- ☐ b. Prince
- ☐ c. NS/NC

20
- ☐ a. Cris Morena
- ☐ b. Cristina Lemercier
- ☐ c. NS/NC

21
- ☐ a. Choripán
- ☐ b. Hamburguesa completa
- ☐ c. NS/NC

22
- ☐ a. "Mazorca, mazorca/ unitarios a la horca"
- ☐ b. "El pueblo, unido/ jamás será vencido"
- ☐ c. NS/NC

23
- ☐ a. Disco
- ☐ b. Casete
- ☐ c. Compact
- ☐ d. NS/NC

24
- ☐ a. Beatles
- ☐ b. Rolling Stones
- ☐ c. NS/NC

25
- ☐ a. Radicalismo
- ☐ b. Peronismo
- ☐ c. Voto en blanco
- ☐ d. NS/NC

26
- ☐ a. Sexo sin amor
- ☐ b. Amor sin sexo
- ☐ c. NS/NC

27
- ☐ a. No sabe
- ☐ b. No contesta
- ☐ c. NS/NC

28
- ☐ a. *Clarín*
- ☐ b. *La Nación*
- ☐ c. NS/NC

29
- ☐ a. El barrio del Abasto
- ☐ b. El barrio de Belgrano
- ☐ c. NS/NC

30
- ☐ a. AC/DC
- ☐ b. Kiss
- ☐ c. NS/NC

 Alumno: .... **Curso:** ....**Hoja:** ....

Tipo 1: 0 a 50 puntos
Nunca será un comunicólogo pero puede ser un excelente semiólogo (ver ***El ¡pequeño! semiólogo ilustrado***) o un gran poeta. Con frecuencia no escucha cuando le hablan. Soñador, imaginativo. Suele dibujar bien pero nunca completa ni termina nada. Es frecuente que haga diseños abstractos: círculos, tramados, rayitas minúsculas y prolijas. Guarda, para desesperación de su familia, todo lo que encuentra por la calle, aunque nunca sabe para qué. No conviene presionarlo para que haga algo que no le gusta, pero es conveniente alentarlo a que se empeñe en seguir sus ocasionales entusiasmos.

Tipo 2: 50 a 100 puntos
Con esfuerzo, podría llegar a ser un buen comunicólogo. Inmaduro para su edad, es indeciso y titubeante. Es ciclotímico y temperamental, razones por las cuales suele tener problemas con sus amigos. En la escuela suele ser el simpático del grupo. Es muy fácil engañarlo con palabras dulces, truco que sus padres emplean para evitar las temibles mesas de diciembre y marzo, que lo persiguen tenazmente y año tras año. Le encanta la comida chatarra. Es buen deportista y buen bailarín.

Tipo 3: 100 a 200 puntos
Moderado en sus opiniones, sabe escuchar a sus mayores para aprender. No está de acuerdo con sus padres, pero evita discutir. Trata de llevarse bien con sus amigos y compañeros y de no llevarse materias en el colegio. Tiene varios pantalones o polleras y camisas iguales (o casi) porque le gusta vestirse siempre de la misma manera. Cuando va a bailar no se siente del todo cómodo pero le gusta salir: generalmente propone ir al cine. Cuando se reciba piensa estudiar en otro país, probablemente computación. Le interesa la comunicación para mejorar el entendimiento entre los hombres.

Tipo 4: más de 200
Le cuesta mucho levantarse a la mañana y casi nunca desayuna. Cuando juega al fútbol (cosa que no elige hacer) lo echan con frecuencia por pegarle a los rivales. Suele preguntarle a los profesores cosas difíciles que no puedan contestarle. Como salida propone siempre algún recital, preferentemente en los suburbios de la ciudad. Mira televisión hasta la noche tarde. Su madre cree que toma cerveza a escondidas. Muy desaliñado para vestirse, suele discutir permanentemente con sus padres por ésta y otras cosas. Tiene innumerables proyectos, todo lo hace mejor que nadie y jamás reconoce cuando se equivoca (cosa que no le sucede a menudo porque maneja bien las discusiones). Detesta casi todas las cosas que le gustan a todo el mundo, razón por la cual no es precisamente el héroe del curso. Piensa que la comunicación es una farsa y hace todo lo posible por demostrarlo.

Tipo 5: 30 a 70 puntos
Tipo mixto o intermedio. Suele desconcertar por sus opiniones contradictorias. De su evolución futura muy poco es lo que puede decirse, salvo que indefectiblemente evolucionará hacia el tipo 1 (muy rara vez) o hacia el tipo 2 (más frecuentemente).

Tipo 6: 190 a 210 puntos
Otro tipo mixto o intermedio, pero éste más estable. De una inteligencia y perspicacia notables, su rendimiento casi nunca está a la altura de sus posibilidades porque pone toda su energía en mantener su precario equilibrio. Casi siempre está donde no debería en el momento equivocado.
Ante él, parece, todo esfuerzo por modificarlo es vano. Pero no es así: un día sorprenderá a todos.

Teoría* y Práctica de la Comunicación

2.1. Información* y señal

Pensá en las siguientes situaciones y decime cuándo te parece que hubo comunicación y cuándo no:

(1) **Miré el cielo y me di cuenta de que iba a llover.**

(1a) **Vi rota la ventanilla del auto de mi papá y me imaginé que le habían robado el estéreo.**

(1b) **Mi hermanita se brotó y por eso el médico se dio cuenta de que tenía sarampión.**

(1c) **Me parece que el profesor nuevo es de Córdoba por la manera de hablar.**

(2) **Mi mamá me dijo de todo porque no había ordenado mi cuarto.**

(2a) **Arreglé con mis amigos para encontrarnos en la puerta de Obras.**

(2b) **Leí en el diario que Charly García está internado.**

(2c) **Cuando estaba por cruzar la calle, distraído, un auto casi me pisa. Por suerte me tocó bocina.**

Hay comunicación cuando se intercambian **señales***, que son **indicios intencionales***. No hay comunicación (aunque haya significación*) cuando los indicios son espontáneos o involuntarios. Se supone que tanto el emisor como el receptor están de acuerdo con la **intencionalidad*** que tiene determinado indicio.

A veces hay casos raros como los que siguen:

(3) **Cuando no hay nadie en mi casa, dejamos la luz prendida para que los ladrones crean que sí hay alguien.**

(3a) **El otro día entró en el negocio de mi papá un señor que hablaba como alemán. Creímos que era un turista (después supimos que era un periodista haciendo una nota de "cámara sorpresa").**

(3b) **Cuando mi novio se porta mal me hago la enojada y le digo que no lo quiero ver más. Inmediatamente se vuelve tierno, cariñoso y pone cara de susto. ¿Qué tonto, no?**

En esos casos el emisor envía una **señal**, pero de tal modo que el receptor cree que es espontánea: la interpreta como un **indicio espontáneo**, no voluntario, y eso es lo que el emisor quiere.

Así que tendríamos:

indicios {
- espontáneos
- falsamente espontáneos*
- intencionales o señales

Decimos que hay comunicación sólo cuando los indicios son intencionales (no importa si son ciertos o no), es decir cuando se intercambian señales y todo el mundo está de acuerdo en que se trata de señales.

 Alumno: .... **Curso:** .... **Hoja:** ....

(4) A continuación hay una serie de indicios. Señalá qué indican (cuál es su significado, qué información suministran) y clasificalos según sean espontáneos (E), falsamente espontáneos (FE) o señales (S).

1. El murmullo de los alumnos en un aula, mientras habla el profesor.
2. La cara de dolor de quien ha sido atropellado por un *skater*.
3. La cara de dolor de muelas de quien no quiere ir, un día, a la escuela.
4. El grito "¡cuidado con el perro!".
5. Un cartel que dice "Cuidado con el perro" en una casa que no tiene perro.
6. La luz prendida en una casa vacía.
7. Un piropo a una chica por la calle.
8. La radio prendida en una casa vacía.
9. Un aviso publicitario.
10. El humo negro que sale de un caño de escape.
11. Un cartelito que dice "auto sin estéreo" en el auto de mi tío.
12. Las cubiertas lisas de un auto.
13. La pregunta "¿Cómo lo podemos arreglar?" al policía que nos hace una multa.
14. Nubes de tormenta en el cielo.
15. El sobrenombre "Chiche" que gritamos a un profesor.
16. Risas en un cine.
17. El ponernos colorados cuando le damos un beso a la chica que nos gusta.
18. El ponernos furiosas cuando un chico que no nos gusta insiste en bailar con nosotras.
19. La cara de enojado de mi papá cuando llevo una mala nota.
20. La bandera de un país árabe en un caserón de Belgrano.
21. La ropa raída de una persona que vi en el colectivo.
22. La ropa rotosa de mi primo adolescente.
23. El acento riojano de un compañero nuevo.
24. El acento alemán de un personaje en una película que vi en la tele.
25. La sonrisa del profesor cuando digo algo bien.
26. Una deyección de paloma sobre mi hombro derecho.
27. Un aviso de un programa de T.V. en un diario.
28. Las faltas de ortografía de mi compañero.
29. Los ronquidos de mi abuelita en la fiesta de casamiento de mi prima.
30. Los gritos de mi papá y mi mamá después que nos fuimos a dormir, en la cocina.
31. La mirada triste de mi papá cuando mira fotos viejas de él y sus padres.
32. El cartelito "¡Prohibido pasar!" en el cuarto de mi hermana.
33. El cartelito "¡Prohibido pasar!" en la puerta de un cuartel militar.
34. El bocinazo de un auto cuando estoy cruzando la calle.
35. El bocinazo de un auto cuando estoy conversando con un amigo en la vereda.
36. El discurso por cadena del ministro de economía.
37. Los garabatos de la profesora de Lengua al costado de la hoja.
38. Los garabatos que hago mientras hablo por teléfono.
39. La cara de oveja con que me mira esa amiga de mi hermanita.
40. El tartamudeo del profesor de Fonética.

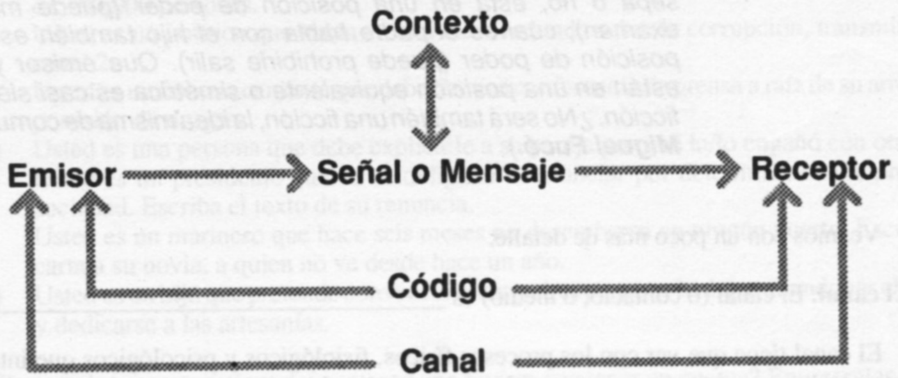
LC 2 La comunicación es, entonces, el intercambio intencional de información* a través de señales. Toda información que no sea transmitida intencionalmente o que no sea reconocida habiendo sido transmitida intencionalmente no es objeto de la comunicación ni de una teoría de la comunicación.

(Precisamente aquello que no se quiere decir pero se dice, aquello que no deberíamos entender pero entendemos: ¿no es esto mucho más interesante y más ***sabroso****? ¿No sería mejor entrenarse en métodos útiles para darse cuenta de estas cosas?* ***Rolando Barto.****)*

2.2. Elementos del proceso comunicativo

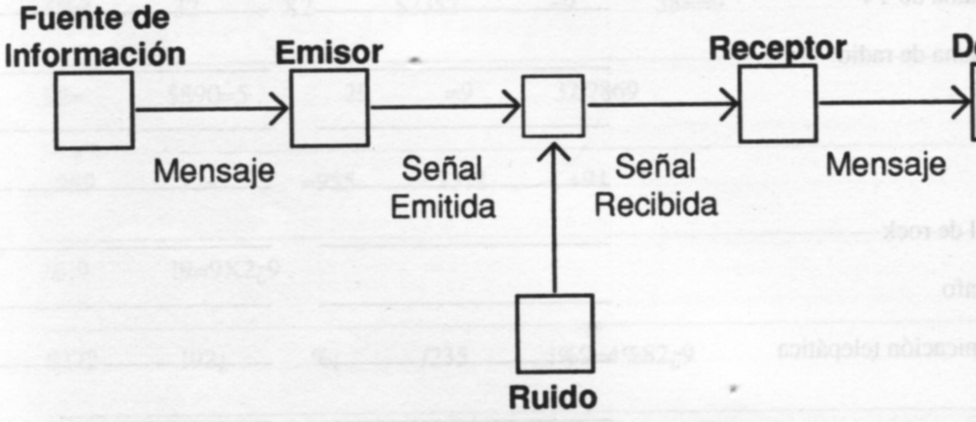
En general la teoría de la comunicación trabaja con un esquema del proceso comunicativo más o menos lineal que vos ya conocerás de otras materias:

LC 3



(5) ¿Podrías expresarlo con palabras?

Hay esquemas más sofisticados pero armados a partir de éste[1]. Los esquemas de la comunicación tienen su origen en las investigaciones sobre el telégrafo y la cibernética* y fueron formulados, en principio, por matemáticos.



(5a) ¿Qué diferencias podrías señalar entre el esquema anterior, formulado por un lingüista famoso, Jakobson, y éste, que es un poco anterior y cuyo autor es Shannon?

Lo que es importante es que:

a) emisor y receptor deben compartir reglas de codificación y decodificación y un léxico (es decir: una gramática* de las señales).

b) emisor y receptor deben estar conectados físicamente por algún canal y ese canal debe ser adecuado al tipo de comunicación.

c) el contexto determina la comunicación entre emisor y receptor, es decir el intercambio de señales.

---

1 Ver **Para Comunicarnos - Lengua y literatura** II.

LC 4

LC 5

*(¿No habría que decir, además, que la comunicación presupone una posición equivalente para emisor y receptor y que eso, precisamente eso, es una ficción? Cuando el maestro habla al alumno, lo sepa o no, está en una posición de poder (puede mandarlo a examen); cuando el padre habla con el hijo también está en una posición de poder (puede prohibirle salir). Que emisor y receptor están en una posición equivalente o simétrica es casi siempre una ficción. ¿No será también una ficción, la idea misma de comunicación? **Miguel Fucó**.)*

Veamos con un poco más de detalle:

(6) **El canal.** El canal (o contacto, o medio) es ______________________

El canal tiene que ver con los procesos físicos, fisiológicos y psicológicos que intervienen en el intercambio comunicativo: qué sentidos están implicados, cómo se transmiten las señales:

(6a) Completá el siguiente cuadro:

Grupo de señales correspondientes a:	conexión física	sentidos implicados
conversación	aire	vista, oído
intercambio amoroso		
conversación telefónica		
pintura		
programa de TV		
programa de radio		
carta		
fax		
recital de rock		
telégrafo		
comunicación telepática		
libro		

A grandes rasgos, la comunicación puede ser **interpersonal*** (emisor y receptor copresentes) o **mediada*** (intervención de un medio de comunicación cualquiera).

(6b) Señalá, en el cuadro anterior, cuándo la comunicación está mediada. Indicá qué medio interviene.

La cultura del siglo XX está dominada por los medios de comunicación de masas.

(7) **Contextos.**

A continuación vas a encontrar una serie de situaciones. Escribí lo que te parezca adecuado a la situación:

(7a) Usted es un político que debe pronunciar un discurso sobre la corrupción ante un auditorio de 100.000 personas.

(7b) Usted es un político que habla en una mesa redonda sobre la corrupción, transmitida por canal 2.

(7c) Usted es un famoso cantante que debe dar una conferencia de prensa a raíz de su arresto por posesión de drogas.

(7d) Usted es una persona que debe explicarle a su pareja por qué la/lo engañó con otro/a.

(7e) Usted es un presidente que se ve obligado a renunciar por determinados sectores de la sociedad. Escriba el texto de su renuncia.

(7f) Usted es un marinero que hace seis meses no desembarca en ningún puerto. Escriba una carta a su novia, a quien no ve desde hace un año.

(7g) Usted es un hijo que pretende convencer a sus padres para que lo dejen abandonar el colegio y dedicarse a las artesanías.

¿Cuáles son las características del contexto que tuviste que tener en cuenta? Enumeralas.

(8) **Códigos**

(8a) A continuación vas a encontrar un mensaje cifrado. En 20 minutos, como máximo, tenés que descifrarlo. En la página siguiente tenés unas "Ayudas".

El mensaje del Pirata[2]

X919 +93?9 2= Ø¿9¡ 9¿05=

4%2 32 X2 $23$2 =9 38==9

$2= $890=5 . 2! =9 32/?869

¿969 $2= =9$5 23?2 +91

%¡9 !9=9X2¿9 .

$272 !92¿ %¡ /235 !%9=4%82¿9

3%3/2¡$8$5 $2 %¡ +8=5 9

?¿9X23 $2= 575 8°4%82¿$5

$2= !¿9¡25 . 9==8 23?9 2= ?235¿5.

[2] Este ejercicio lo inventó Maite Alvarado y está en su libro **El lecturón**. Yo se lo robé porque Maite es mi amiga y porque **El lecturón** es un libro bárbaro y yo tenía ganas de decirlo.

Ayudas

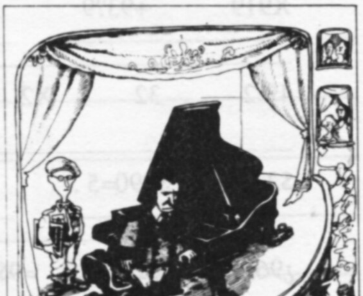
1) Cada signo representa una letra (siempre la misma).
2) Los puntos son puntos (separan oraciones).
3) Las separaciones entre grupos de signos equivalen a separaciones de palabras.
4) La A y la E son las letras más frecuentes en castellano.
5) Palabras de una sola letra probablemente sean a o y.
6) En palabras de dos letras, una es vocal.

(8b) Ahora te pido que "descifres" (bah, que leas) el siguiente "texto":

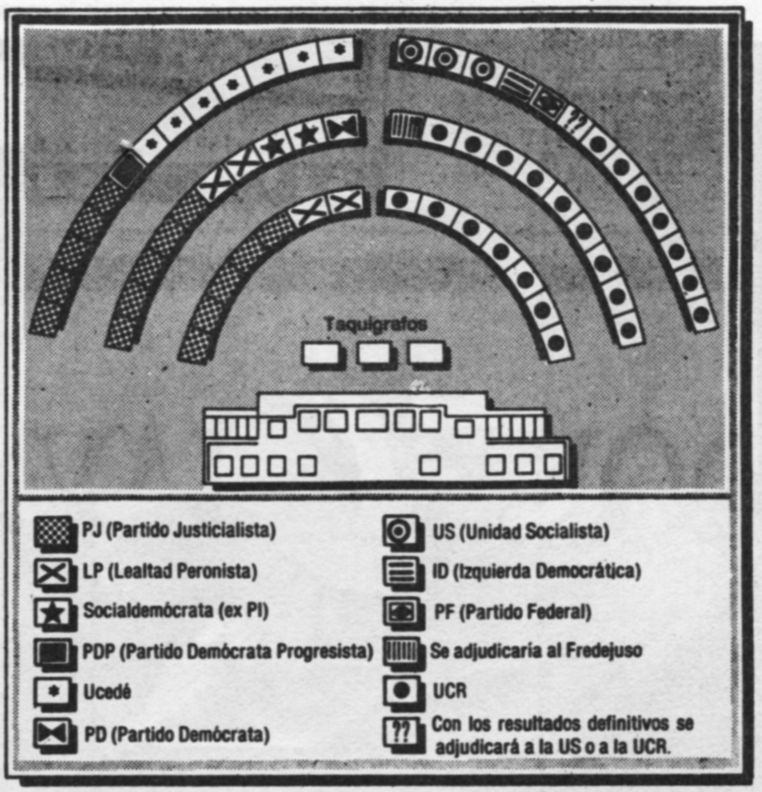
2 4 0 7

Como habrás comprobado, un código tiene un léxico* y reglas* de combinación. En algunos casos no se entiende por problemas de léxico. Es el caso del mensaje del pirata: las reglas son las mismas que usamos para el lenguaje corriente. Sólo ha cambiado el léxico. En otros casos algo no se entiende porque se ignoran las reglas o porque fueron mal aplicadas. Es el caso del segundo texto: conocés el valor de cada dígito pero hay una regla elemental que te dice que para poder leer el número 2.407 el espacio entre los dígitos no debería superar al espacio que ocuparía un dígito. Estos son casos de **distorsión del código**: cuando se presentan hay que hacer operaciones para corregir la señal de acuerdo con las reglas correctamente aplicadas.

(9) Vos ya lo hiciste: fijate en el capítulo anterior, la consigna número 10. Había un dibujo de Quino que aparecía **distorsionado**. ¿Qué regla, te parece, se utilizó para distorsionar el dibujo?



(10) Muchas veces, cuando leemos el diario, encontramos información codificada bajo la forma de cuadros y gráficos. ¿Podrías armar el texto correspondiente al siguiente cuadro, que apareció en **La Nación** el 10/9/91?



(11) En el mismo diario y el mismo día se describe un código que, ¡por suerte!, tal vez nunca tengas que usar. ¿Podrías decir cómo se llama ese código?

Cómo tratar al príncipe

Con el programa de la visita del heredero del trono español, distribuido por las autoridades nacionales, se incluye una hoja con instrucciones preparadas por la embajada de España sobre la "forma de dirigirse a S.A.R. el Príncipe de Asturias".

Se señala que debe llamárselo "señor" y que "debe darse el tratamiento de Vuestra Alteza mientras se habla con él (nunca Su Alteza, que es para refererirse a él en su ausencia)".

Como ejemplos consigna la embajada: "Señor, ¿qué deportes practica Vuestra Alteza?; ¿es la primera vez que Vuestra Alteza viene a la Argentina?; por aquí, Señor; éste es, Señor, el sentimiento de esta institución que hoy se honra en recibir a Vuestra Alteza".

También las instrucciones de la embajada señalan que en los actos a los que asista el príncipe, el orador debe dirigirse a él como "Serenísimo Señor, (sólo para el heredero del trono, al rey se le dice Señor)".

Se indica que el tratamiento de "Vuestra Alteza" sustituye a "usted" y "Señor" es el vocativo.

También las instrucciones determinan que no debe tendérsele la mano, sino que hay que esperar que el príncipe lo haga y que los hombres al darle la mano deben inclinar la cabeza, mientras que las mujeres, "sin quitar la vista de los ojos de Su Alteza deben retrasar levemente el pie izquierdo y hacer media genuflexión con la pierna izquierda".

Advierte, sin embargo, la embajada que este tipo de saludo no es obligatorio en países sin tradición cortesana.

2.3. Analógico*/Digital*

(12) El juego de las diferencias. Mirá bien los dos "textos" que se reproducen a continuación y señalá todas las diferencias que encuentres entre uno y otro.

(12a)

(12b) Me asomé por la ventana del aula. Tenía mi cámara de fotos en la mano. En ese momento la maestra de matemática le preguntó al niño rubio cuánto era 200 dividido 8. El niño piensa, con la pizarra apoyada en el pupitre, mira para arriba como buscando ayuda del cielo.

Otro niño, detrás, me ha visto y mira a cámara mientras su compañero baja la cabeza sobre su pizarra.

Más atrás, un chico se da vuelta para decirle algo a un compañero, sentado solo en el fondo del aula. Sobre la pared del fondo, las bolsas de los niños cuelgan de clavos que no veo pero puedo suponer.

(13) Ahora, ¿qué diferencia hay entre un texto escrito (cualquiera) y una imagen (cualquiera) respecto de los códigos que se utilizan? Marcá con una cruz lo que te parezca verdadero. Discutí con tu profesor lo que no entiendas:

- ☐ Los códigos digitales (como la lengua) funcionan igual que los códigos analógicos (como las imágenes).
- ☐ Los relojes analógicos se llaman así porque muestran el tiempo a **semejanza*** de cómo transcurre, como una continuidad.
- ☐ Los relojes digitales se llaman así porque muestran un tiempo **convencional***, matemático y discontinuo, sin relación con la manera en que creemos que el tiempo transcurre.
- ☐ Los códigos digitales son más precisos que los códigos analógicos.
- ☐ Los códigos analógicos impresionan más vívidamente que los digitales.
- ☐ Las fotos son señales cuyo código es digital.
- ☐ Las palabras son señales digitales.
- ☐ Los códigos digitales funcionan a partir de una mera **convención** social que señala qué cosas designan las señales.
- ☐ Los códigos analógicos funcionan a partir de la **analogía*** o **semejanza** entre la señal y la cosa que designa la señal.

(14) **Ahora, entre todos, completamos el siguiente cuadro con las características que corresponden:**

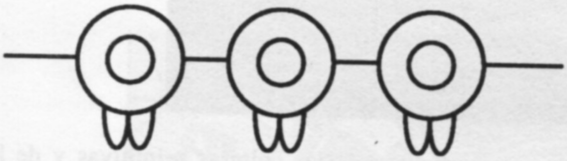
Códigos analógicos	**Códigos digitales**
______________________	______________________
______________________	______________________
______________________	______________________
______________________	______________________
______________________	______________________
______________________	______________________
______________________	______________________
______________________	______________________
______________________	______________________

(15) **Tratemos de "traducir" señales que están codificadas digitalmente a señales codificadas analógicamente, y viceversa, sin que se pierda el sentido.**

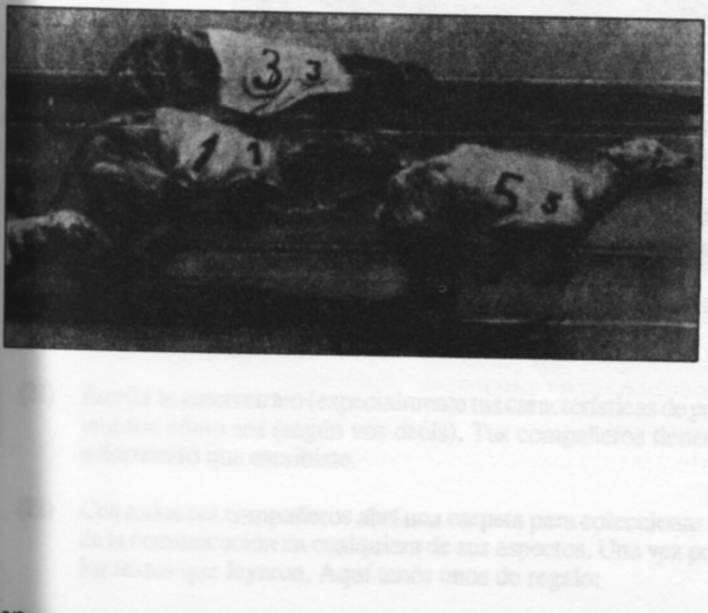
(15a) $3 + 1 = 4$

(15b) Hoy a la noche paso por tu casa.

(15c)



(15d)

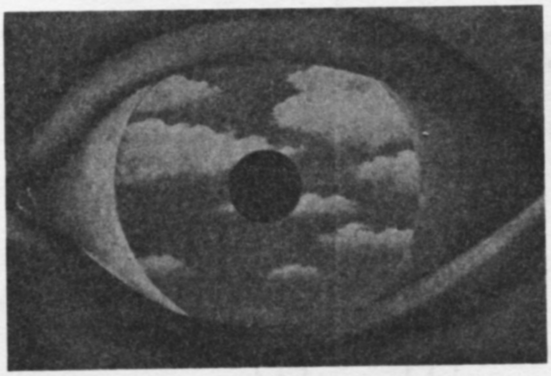


(15e)

Foto: Andy Goldstein

(15f) "Un taxi volcándose sobre una inquieta noche" (Fitzgerald. **El crack up**).

(15g) Reproducción de Magritte.



(16) Discutí con tu profe de historia las características de las culturas primitivas y de las culturas precapitalistas respecto de la manera en que organizaban la comunicación.

En el capítulo 4 de **El pequeño ¡comunicólogo! ilustrado** vamos a detenernos en el examen de los medios masivos de comunicación.

(17) **A pasear.** Salí con tus compañeros y tu profe a dar un paseo por el barrio. Relevá toda la información que puedas, es decir: hacé una lista con todos los indicios que vayas encontrando y clasificalos de acuerdo con la **intencionalidad.** En el caso de las señales, determiná el tipo de código y el canal, las características del emisor, y del receptor.

(18) Hojeá un diario cualquiera y tratá de hacer una lista de las diferentes instancias o etapas de mediación* entre el momento en que se produjo una noticia y el momento en que vos la leés.

(19) **Investigá con tu profe de computación las características del código que usan las máquinas.**

(20) **Preguntale a tu profe de plástica qué diferencias hay entre los códigos de representación de la Edad Media, del Renacimiento y del siglo XX.**

Giotto, Virgen con el Niño (1320-1325)

Rafael, Virgen Aldobrandini (1510)

Pablo Picasso, Corrida de Toros (1934)

(21) **Escribí tu autorretrato (especialmente tus características de personalidad). Después hacé un afiche que muestre cómo sos (según vos decís). Tus compañeros tienen que entender el afiche sin leer antes el autorretrato que escribiste.**

(22) **Con todos tus compañeros abrí una carpeta para coleccionar recortes de diarios y revistas que hablen de la comunicación en cualquiera de sus aspectos. Una vez por mes pueden organizar un debate sobre los textos que leyeron. Aquí tenés unos de regalo:**

ETICA Y COMPROMISO DEL PERIODISMO

Tal cual están planteadas las relaciones en las sociedades humanas, los medios de comunicación escriben la historia cotidiana. Y un secuestro, en el Universo, puede ser una anécdota minúscula. Pero en el aquí y ahora, entre nosotros, carne y hueso, también plantea un hecho humano que no sólo concierne a la familia sino a la moral de la sociedad. Para muchos, el periodismo no debe hacerse escribiendo y nutriéndose de este tipo de informaciones-comunicaciones, y por el contrario, debería callar hasta que se repare la situación. Sin embargo, el periodismo, se trate de guerra o de paz, está obligado a informar. La sociedad no puede delegar el manejo de sus propios tiempos y capacidades de discernimiento, y reprocharía con justicia al periodismo si se prestase a ello. La seguridad de las vidas de los raptados, y del castigo de los victimarios, no le corresponde al periodismo, sino a las organizaciones de la sociedad. Por eso EXTRA entiende ante todo el drama familiar, y en un segundo término las probables complicaciones en el esclarecimiento de los casos, que las protestas policiales atribuyen a la información inmediata. Pero también entiende que hay una sociedad perpleja, que necesita saber qué nos está ocurriendo, por aquello del "no preguntes por quién doblan las campanas". EXTRA hace periodismo. La policía tiene la obligación de dar con los secuestradores. Y la familia de la persona avasallada, de exigir el máximo profesionalismo en el uso de los medios de comunicación, y de los medios policiales.

Extra, 30/8/91

Pantallas manchadas con sangre

En abril, la revista *Newsweek* asustaba a sus lectores con los ojos de Hannibal el Caníbal bajo el título "Violence: Goes Mainstream/Movies, Music, Books - Are There Any Limits Left?" (Violencia: camino hacia el desborde/ Películas, música, libros, ¿tienen algunos límites olvidados?). La nota "Violencia en la cultura pop" toma como eje el éxito ininterrumpido (cinco semanas en el "top") *El silencio de los inocentes*, para sacar algunas conclusiones sobre la violencia en los productos que ofrece en la actualidad la cultura norteamericana vinculada a una realidad ineludible. Si en la primera *Robocop* (1987) tuvo 31 muertes violentas, cifra que en la segunda parte (1990) subió a 81, según el semanario, la violencia ha crecido en la realidad y, como consecuencia, en la pantalla. Según las encuestas pedidas a Gallup, el 40 por ciento de los consultados asegura que la violencia es fundamental para el éxito de una producción y el 28 por ciento que la infuencia es considerable. "En un mundo violento, la violencia comienza a ser entendida como una solución", asegura el escritor Stephen King. El listado de títulos violentos citados en *Newsweek* incluye *Buenos muchachos* (1990) de Martin Scorsese que considera el repunte de la violencia como parte de una actualización del circo romano. Sin ir demasiado lejos, la última novela de Paul Theroux, *Chicago Loops*, cuenta cómo un hombre ata a una mujer para mordisquearla hasta la muerte.

Las noticias de actualidad comentan crímenes, violaciones y mutilaciones de todo tipo, como el caso Randy Kraft, que asesinó a 67 personas que después fotografiaba con una Polaroid. Si en los años 80 los directores surgidos de la publicidad abrían la cabeza de los espectadores con pocas imágenes, los de los 90 necesitan mucho más tiempo y realismo. Neo-nazis, ninjas, psicópatas y "fantasmas de la ópera" de todo tipo operan a su antojo con la expectativa —lejana— de que el FBI termine con ellos.

A fines de 1990 y tras el éxito de *Ghost* y *Mujer bonita* muchos periodistas norteamericanos se apresuraron a anticipar la decadencia del cine violento. Se equivocaron, porque tanto el film de Scorsese, como *El padrino 3, Depredador 2, Darkman, Duro de matar 2, El vengador del futuro* y *New Jack City* se convirtieron rápidamente en éxitos. Incluso *Mi pobre angelito* (la tercera en recaudaciones de 1990) posee una dosis de violencia infrecuente en ese tipo de comedias. En todo caso una violencia previsible para *Terminator 2* que, se anticipa, será muchísimo más cruel y efectista que la primera, hace cuatro años.

Página/12, 7/6/91

Cada vez más, los símbolos remplazan al texto para indicarle a la gente qué debe hacer

Imágenes en lugar de palabras

En las plazas, la imagen de un perro con una banda roja cruzada indica a los vecinos que sus mascotas no son bienvenidas allí. En los recipientes de papel, dos flechas que forman un círculo significan que el material puede ser reprocesado. En las videocaseteras se usan triángulos, puntos y cuadrados para las teclas de ejecución, avance rápido, retroceso, grabar y detener.

Lenta, pero inevitablemente se van usando cada vez más símbolos en vez de palabras para indicar a las personas qué hacer, adónde ir o cómo hacerlo. Los símbolos están pensados para ser comprensibles al instante, para cruzar las barreras del lenguaje o la educación o inclusive para ser divertidos, como los que se usan en los programas de computación.

¿Pero son mejores o peores? ¿Señal de progreso o de decadencia? Eso depende de la facilidad con que el espectador comprenda las imágenes. En cualquier caso, no es probable que desaparezcan. La proliferación de los símbolos es el resultado inevitable de varias tendencias: el deseo de los países exportadores de vender productos en otras naciones sin tener que buscar otro diseño, el de las ciudades de acoger a los turistas y el de los fabricantes de computadoras de ser "amigables" con sus usuarios.

Los símbolos y las imágenes también son más abundantes en la vida privada. Aun en el caso de quienes carecen de talento artístico, los gráficos de computadora y las cámaras de video permiten decir visualmente cosas que en otros tiempos tenían que ser expresadas con palabras.

Muchos de los que se criaron leyendo cartas manuscritas y aprendiendo a los clásicos antes de que hubiera películas se lamentan de la naturaleza cada vez más visual del discurso. Sin embargo, es posible que la palabra escrita tenga limitaciones que no suelen ser reconocidas, y que al dejar de lado el mero texto, la gente esté desarrollando formas más complejas de narrar, aprender y conocer.

"Nos hemos convertido en una cultura tan sofisticada que no toleramos un libro de 400 páginas y queremos formas de comunicación que sean más eficientes e inmediatas", comenta Paul Connolly, director del Instituto para la Escritura y el Pensamiento.

Por otra parte, las imágenes llaman la atención más fácilmente. "La cantidad de paquetes de los supermercados se ha duplicado en 15 años", señala el especialista en marcas John Lister. "No creo que haya menos palabras. Pero sí hay mayor énfasis en símbolos gráficos más potentes".

Pero el uso de imágenes como sustitutos de las palabras avanza de manera irregular. Los dibujos no son tan simples de usar como parece; **el lenguaje visual no necesariamente resulta más expresivo que el lenguaje escrito.**

Los investigadores que estudian la memoria han demostrado que una imagen simple de, por ejemplo, una campana, se recuerda mejor que la palabra "campana" escrita en una página. Pero las cosas se complican mucho si las imágenes no son fáciles de entender, ya sea porque el concepto es demasiado complicado para una sola imagen o porque la imagen no está bien diseñada.

Douglas Spranger, presidente de una empresa especializada en equipamiento hospitalário, señala que muchos de sus clientes adoptan lo que él llama "el **enfoque del cinturón con tiradores**": un dibujo y una palabra en cada perilla o toma. Los símbolos solos resultan demasiado complejos y poco claros. "Mire su computadora", dice. "Pregunte cuántas personas de su oficina saben si I u O significa encendido o apagado".

El uso de imágenes para remplazar a las palabras es probablemente el resultado natural de un siglo de fotografía, décadas de televisión y la proliferación de cosas tales como videofilmadoras y fotocopiadoras que hacen posible que una persona común use los medios visuales del mismo modo que los grabadores comunes les permiten enviar mensajes hablados en vez de escribir cartas.

La habilidad para usar las imágenes tal vez haya sido poco apreciada debido al prejuicio de algunas personas mayores contra nuevos medios visuales que no dominan . . . y los medios se desarrollan con tanta rapidez que "mayores" en este caso puede significar mayores de 25 años.

"Esta generación posee una formación visual que no es aprovechada en la escuela", sostiene Roy Pea, especialista en aprendizaje. Pea trabaja con adolescentes que usan planillas de cálculo electrónicas, videos, textos y gráficos para presentar los resultados de sus trabajos de investigación sobre, por ejemplo, la influencia de un nuevo centro de compras sobre su barrio.

Las consecuencias de aprender y pensar visualmente aún no nan sido suficientemente estudiadas. Michael Delli Carpini, profesor de ciencias políticas, informa que la gente parece saber tanto sobre las cuestiones de actualidad y los funcionarios públicos como en las décadas del 40 o del 50, a pesar de que lo aprendido en la escuela es un poco más y la información adquirida después, por medio de la prensa, ha declinado un poco.

"Tomamos estos datos como indicación de que la gente sencillamente no tiene tanto interés, o que la televisión como forma de informar a la gente no es tan buena", comenta. Pero las pruebas aún son circunstanciales. Actualmente estudia si el aprender visualmente puede cambiar en forma sutil la manera de entender el mundo. **"Creo que las imágenes tienen más probabilidades de suscitar reacciones viscerales"**, dice. "Se da en el nivel emocional". Sus primeros trabajos parecen indicar que las personas que miran mucha televisión hablan con oraciones más cortas o simplemente frases y que comentan las cosas en términos de imágenes.

Sin embargo, **no hay ninguna razón en particular para que el uso corriente de imágenes conduzca a la desaparición del uso de palabras.** En definitiva, serán los valores de la sociedad los que determinarán la abundancia relativa de cada medio. Si los adultos leen cada vez menos, sus hijos harán lo mismo.

La disyuntiva no es nueva. Una forma suele ser menoscabada por el auge de otra. Hace muchos siglos, Platón se manifestaba preocupado por el advenimiento de la palabra escrita y la práctica de la lectura. Temía que desapareciera la necesidad de recordar y que, por lo tanto, la memoria se debilitara. **Tenía razón.**

Traducción: **Josefina Tapia (c) Clarín y The New York Times, 1991.**

Clarín, 6/8/91

 Alumno: .... **Curso:** .... **Hoja:** ....

realidad indudable. Si en la primera (1987) tuvo 31 muertes violentas, cifra que en la segunda parte (1990) subió a 81, según el sonsonete, la violencia ha crecido en la realidad y, como consecuencia, en la pantalla. Según las encuestas pedidas a Gallup, el 80 por ciento de los consultados asegura que la violencia es

Las noticias de actualidad comentan crímenes, violaciones y atrocidades de todo tipo, como el caso Randy Kraft, que asesinó a 67 personas que después fotografiaba con una Polaroid. Si en los años 80 los directores surgidos de la publicidad abrían la cabeza de los espectadores con pocas imágenes, los de los 90 se

de 1990 posee una dosis de violencia infrecuente en ese tipo de comedias. En todo caso una violencia previsible para Terminator 2, que, se anticipa, será muchísimo más cruel y efectista que la primera, hace cuatro años.

Página/12, 7/9/91

EL RELATO

3.1. "Contame tu condena"

Todo relato es un encadenamiento sucesivo (temporal) de acciones. La mera contigüidad de dos acciones ya supone un relato:

(1) **Explicitá los relatos correspondientes en cada caso (la primera va como ejemplo).**

(1a) Correr - Saltar

(1b) Correr - Dormir

(1c) Correr - Estudiar

(1a) Para saltar, corría antes.

(1b) ______________________________

(1c) ______________________________

(2) **Ahora pedile a tu profe que te explique cómo se juega al cadáver verbal.**

Como verás, el relato es el arte de unir, ligar, combinar acciones. Las acciones o comportamientos de un relato tienen habitualmente un (o unos) protagonista(s). Diremos que el protagonista de un relato es el **SUJETO*** (no es necesario que sea una persona, hasta puede ser una idea como en el caso de las alegorías*) y que las acciones o comportamientos son sus **PREDICADOS.**

(3) ¿Cuál es la clase de palabras que sirve para expresar acciones? ______________ (Lo siento, pero convendría que repasaras este punto).

(4) Leamos este relato, que es en verdad un fragmento de un relato mayor que escribió Francis Scott Fitzgerald, un escritor norteamericano de este siglo. El cuento se llama *"Primero de mayo"* y el fragmento que me gustaría que leyeras es el que empieza acá. Después, hacé una lista con las características del (o de los) Sujeto(s) del relato y una lista de los predicados correspondientes.

Primero de Mayo

Había habido una guerra. Habían peleado y habían ganado, y la gran ciudad de los vencedores estaba engalanada con arcos triunfales y flores blancas, rojas y rosadas esparcidas por todas partes. Durante esos largos días de primavera los soldados que regresaban marchaban por la avenida principal detrás del retumbar de los tambores y del soplido feliz y resonante de los cobres, mientras los comerciantes y empleados abandonaban sus rencillas y sus cálculos y, agolpándose en las ventanas, contemplaban con aire grave los batallones que desfilaban frente a ellos. Las caras de los contempladores relucían como blancos racimos.

La gran ciudad nunca se había engalanado con tanto esplendor. La victoria había atraído a mucha gente, y los comerciantes habían acudido como moscas desde el Sur y el Oeste, junto con sus familias, para saborear las fastuosas celebraciones y presenciar los innúmeros entretenimientos que se habían preparado. También habían venido para comprarles regalos a sus esposas: pieles para protegerse en el próximo invierno, carteras de redecilla dorada, y chinelas multicolores hechas de seda, de hilos de plata, de satén rosado y de hebras de oro.

La paz y la prosperidad reinantes, a las cuales cantaban los escribas y poetas de los vencedores, tenían un carácter tan ruidoso y alborozado que más y más personas, dispuestas a gastar su dinero, llegaban desde el interior para beber el vino estimulante de esos días. Y los comerciantes vendían sus chinelas y chucherías cada vez más rápidamente, hasta que llegó el momento en que tuvieron que exigir denodadamente más chinelas y más chucherías a sus proveedores para poder satisfacer la demanda de sus clientes. Había algunos que hasta llegaban a alzar los brazos con desesperación, gritando:

—¡Lo siento! ¡No me quedan chinelas! ¡Y tampoco me quedan chucherías! ¡Que el cielo me ampare, porque ya no sé qué hacer!

Pero nadie prestaba atención a sus gritos de protesta, ya que las multitudes estaban muy ocupadas. Día tras día, los soldados de infantería recorrían la avenida, satisfechos de sí mismos, y todo el mundo se regocijaba porque esos jóvenes, recién llegados, eran valientes y puros, tenían las mejillas sonrosadas

y los dientes blancos y sanos, y porque las jóvenes de esa tierra eran vírgenes y era agradable observar sus rostros y sus figuras encantadoras.

De manera que durante todo este tiempo se sucedieron muchas aventuras en la gran ciudad. De todas, hay algunas —o quizás una sola— que se relatan a continuación.

I

A las nueve de la mañana del Primero de Mayo de 1919, un joven se acercó al empleado del Hotel Biltmore para preguntarle si se alojaba allí el señor Philip Dean y para pedirle que, de ser así, lo comunicaran con las habitaciones de esa persona. El que esto preguntaba vestía un traje gastado pero de buen corte. Era de pequeña estatura, delgado y bien parecido, de tez morena. Enmarcaban sus ojos pestañas curiosamente largas y ojeras azuladas; la impresión de una salud deteriorada se veía reforzada por el brillo poco natural de su rostro, como si padeciera una fiebre leve pero constante.

En efecto, el señor Dean se alojaba allí. Le indicaron al joven un teléfono a un lado de la mesa de recepción.

Al cabo de un instante lo comunicaron; desde alguna parte una voz con huellas de sueño dijo "hola".

—¿Señor Dean? —exclamó con suma ansiedad—. Soy yo, Gordon, Gordon Sterrett. Estoy en la recepción. Me enteré de que estabas en Nueva York y me imaginé que te alojarías aquí.

Gradualmente la voz soñolienta fue dejando traslucir su entusiasmo. ¡Pero qué sorpresa! ¿Y cómo estaba el viejo Gordy? ¡Qué divertido! Que Gordy subiera en seguida, ¡no faltaba más!

Unos minutos después Philip Dean, vistiendo un piyama de seda azul, abrió la puerta de su habitación y los dos jóvenes se saludaron con un entusiasmo algo turbado. Ambos tenían alrededor de veinticuatro años, y se habían graduado en la Universidad de Yale un año antes de la guerra. Pero eso era todo lo que tenían en común. Dean era rubio, robusto debajo de su piyama de seda, y rebosaba buena salud. Su cuerpo irradiaba un aire de bienestar y perfección. Sonreía a menudo, dejando ver sus dientes grandes y prominentes.

—Estaba por llamarte —exclamó con entusiasmo.— Me tomé dos semanas de vacaciones. Siéntate un instante. Me ducho y estoy contigo.

Después de que desapareció en el baño, los ojos oscuros de su visitante giraron nerviosamente por la habitación. Descansaron un momento en una enorme valija de viaje inglesa que había en un rincón, y en una colección de gruesas camisas de seda desparramadas en las sillas junto con magníficas corbatas y medias de lana suave y delicada.

Gordon se puso de pie y tomó en sus manos una de las camisas. La examinó con cuidado. Era de seda muy gruesa, amarilla a rayitas celestes. Y en total había cerca de una docena. Echó una mirada involuntaria a los puños de su propia camisa: estaban grises de suciedad y los bordes deshilachados y casi transparentes. Dejó caer la camisa de seda y,

sujetándose las mangas del saco, arremangó los puños gastados para que no se vieran. Luego se dirigió hacia el espejo y se observó con indiferencia y tristeza. La corbata, que había conocido tiempos mejores, estaba descolorida y manoseada; ya no servía para tapar los ojales deformados del cuello. Sin que le produjera regocijo alguno, recordó que sólo tres años antes lo habían votado en las elecciones estudiantiles de la universidad como el mejor vestido de su promoción.

Dean emergió del baño frotando su cuerpo.

—Anoche me encontré con una vieja amiga tuya —le comentó—. Me crucé con ella en la entrada del hotel y por nada del mundo pude recordar su nombre. Era esa chica que llevaste a New Haven cuando estábamos en el último año.

Gordon se sobresaltó.

—¿Te refieres a Edith Bradin?

—Sí, así se llama. Es muy bonita. Todavía tiene el mismo aspecto de muñequita de porcelana. ¿Me entiendes? Como si se fuera a romper si uno la tocara.

Se observó en el espejo, satisfecho de su magnífico aspecto. Sonrió levemente dejando ver parte de sus dientes.

—De todas maneras, a esta altura ya debe andar por los veintitrés años —siguió diciendo.

—Cumplió veintidós el mes pasado —dijo Gordon con aire ausente.

—¿Cómo dijiste? Ah, el mes pasado. Bueno, supongo que habrá venido a Nueva York para el baile que el grupo Gamma Psi de Yale ofrece esta noche en el Delmonico. Tienes que venir, Gordy.

Casi todo el mundo va a estar. Te puedo conseguir una invitación.

Después de enfundar de mala gana su cuerpo en un juego limpio de ropa interior, Dean encendió un cigarrillo y se sentó al lado de la ventana, que estaba abierta. A la luz del sol que inundaba la habitación esa mañana inspeccionó sus tobillos y rodillas.

—Siéntate, Gordy —le sugirió—. Cuéntame qué has estado haciendo todo este tiempo y a qué te dedicas actualmente.

De repente Gordon se desplomó sobre la cama, donde permaneció inerte y abatido. En su boca, que habitualmente se entreabría un poco cuando la cara estaba en reposo, se dibujó entonces una mueca patética y desamparada.

—¿Qué te pasa? —le preguntó Dean rápidamente.

—¡Dios mío!

—¿Qué te pasa?

—Todo me pasa —contestó con aire miserable—. Estoy en las últimas Phil, ya no doy más.

—¿Cómo?

—Ya no doy más —le temblaba la voz.

Dean lo observó con más cuidado con sus ojos azules e inquisitivos.

—Sí. No hay duda de que tienes todo el aspecto de estar mal.

—Lo estoy. He arruinado mi vida —hizo una pausa—. Pero es mejor empezar por el principio. ¿O quizá te aburro?

—De ninguna manera. Adelante.

Sin embargo, había un dejo de vacilación en la voz de Dean. El había planeado ese viaje al Este como unas vacaciones, y encontrarse con Gordon Sterrett metido en problemas lo exasperaba bastante.

—Continúa —repitió, y después agregó por lo bajo: —Sácatelo de encima.

—Bueno —empezó Gordon algo vacilante—. Regresé de Francia en febrero. Estuve un mes con mi familia en Harrisburg y después vine a Nueva York a buscar trabajo. Conseguí un empleo en una empresa de exportaciones. Ayer me echaron.

—¿Te echaron?

—Ahora te explico, Phil. Quiero ser sincero contigo. Eres prácticamente la única persona a la que puedo recurrir en un caso así. No te molesta si te hablo con franqueza, ¿no es cierto?

Dean adoptó una postura más rígida. Las palmaditas que se estaba dando en las rodillas se volvieron mecánicas. Tenía la vaga sensación de que le estaban endilgando responsabilidades sin ningún derecho. Ni siquiera estaba seguro de que tenía ganas de conocer la historia. Aunque nunca lo había sorprendido que Gordon Sterrett se hallara en dificultades de una u otra clase, había algo en su estado actual que a Dean le repelía y lo endurecía, si bien atraía su curiosidad.

—Se trata de una muchacha.

—Entiendo.

Dean decidió que no iba a permitir que nada le arruinara el viaje. Si Gordon estaba deprimido, entonces no habría más remedio que no verlo tan a menudo.

—Se llama Jewel Hudson —siguió diciendo desde la cama la voz llena de angustia de Gordon—. Supongo que hasta hace más o menos un año era lo que se llama "pura". Vivía aquí en Nueva York. La familia era pobre. Se han muerto, y ahora vive con una tía de bastante edad. La cosa fue que justo en la época en que la conocí todo el mundo empezó a volver de Francia. Parecían bandadas de pájaros. Y yo no me dedicaba más que a dar la bienvenida a los recién llegados y a ir con ellos de fiesta. Así comenzó todo, Phil, simplemente por la alegría de ver a la gente de nuevo y la alegría de ellos al verme.

—Tendrías que haber actuado con más sentido común.

—Lo sé —Gordon hizo una pausa, y luego continuó sin mucho interés—. Ya sabes que vivo solo ahora. Y Phil, no tolero la pobreza. Y después apareció esta muchacha, maldita sea. Supongo que durante un tiempo se enamoró de mí. Y a pesar de que no era mi intención llegar a nada serio con ella, parecía que siempre nos encontrábamos en un lugar u otro. Además, te puedes imaginar la clase de trabajo que yo hacía en esa firma exportadora. Naturalmente, mi propósito siempre ha sido dibujar, hacer ilustraciones para revistas... Todo eso da mucho dinero.

—¿Y por qué no lo has hecho? Tienes que ponerte a trabajar en serio y dejarte de hacer tonterías si quieres salir adelante —le sugirió Dean con actitud fría y formal.

—Lo intenté, al menos en parte, pero mis trabajos son todavía inmaduros. Tengo talento, Phil. Pue-

do dibujar, pero ocurre que no sé cómo hacerlo. Tendría que asistir a algunos cursos sobre arte pero no tengo dinero. De todas maneras, la crisis explotó hace más o menos una semana. Estaba gastando mis últimos dólares cuando esta muchacha me empezó a molestar. Quiere dinero. Dice que si no se lo doy me puede armar un lío.

—¿Es cierto eso?

—Me temo que sí. Ese es uno de los motivos por los cuales me quedé sin trabajo. Se la pasaba llamándome a la oficina todo el tiempo, y la gente de la empresa no lo toleró. Fue la gota que rebalsó el vaso. Parece que ella tenía una carta ya escrita para mandarle a mi familia. Me tiene en sus manos, sin duda. Tengo que conseguir dinero para darle.

Hubo una pausa embarazosa. Gordon permanecía muy quieto, con los puños crispados a ambos lados del cuerpo.

—No doy más —siguió diciendo. Le temblaba la voz—. Ando medio loco, Phil. Si no hubiera sido que estabas por venir a Nueva York creo que me habría pegado un tiro. Quiero que me prestes trescientos dólares.

Las manos de Dean, que habían estado acariciando sus tobillos desnudos, se quedaron inmóviles de repente. Y la curiosa incertidumbre que flotaba entre los dos amigos se volvió tensa, tirante.

Al cabo de un segundo Gordon prosiguió:

—Le he pedido tanto dinero a mi familia a esta altura que me da vergüenza pedirles un solo centavo más.

Dean siguió sin pronunciar palabra.

—Jewel me exige que le dé doscientos dólares.

—Dile que ya sabe a dónde puede irse.

—Sí, decirlo es fácil, pero ella tiene en su poder dos cartas trasnochadas que le escribí. Desgraciadamente, no es en absoluto la persona débil que uno podría suponer

Dean hizo una mueca de disgusto.

—No soporto a esa clase de mujer. Tendrías que haberte mantenido alejado de alguien así.

—Ya lo sé —admitió Gordon, agobiado.

—Hay que saber aceptar las cosas como son. Si no tienes dinero debes trabajar y no andar con mujeres.

—Sin duda te resulta fácil decir eso —comenzó a decir Gordon. Sus ojos se achicaron—. Tienes todo el dinero que se te antoje.

—De ninguna manera. Mi familia controla mis gastos con todo rigor. El hecho de que me den ciertas libertades implica que tengo que tener mucho cuidado para no excederme.

Levantó la persiana y permitió que el sol inundara aún más la habitación.

—Dios bien sabe que no soy ningún pedante —siguió diciendo con deliberación—. Me gusta el placer. Y sobre todo me gusta mucho en unas vacaciones como éstas. Pero te encuentras en un estado deplorable. Nunca te escuché hablar así antes. Das la impresión de estar en quiebra, no sólo financiera sino también moralmente...

—¿Acaso las dos cosas no van siempre juntas?

Dean, impaciente, sacudió la cabeza.

—Estás rodeado de un aura que no consigo comprender. Es algo así como una especie de maleficio.

—Está hecha de preocupaciones y pobreza y noches de insomnio —dijo Gordon, con actitud un tanto desafiante.

—No sé.

—Está bien, ya sé que estoy deprimido y que deprimo a los demás. Me deprimo a mí mismo. Pero Phil, por Dios, sabes bien que una semana de descanso y un traje nuevo y un poco de dinero contante y sonante son lo que necesito para volver a ser el que fui. También sabes que puedo dibujar muy bien. Pero la mayor parte del tiempo no tengo dinero para comprarme materiales de trabajo como la gente, y cuando estoy cansado y desanimado y en las diez de últimas no puedo dibujar. Con un poco de dinero puedo tomarme unas semanas de descanso y empezar desde cero.

—¿Y cómo sé yo que no lo desperdiciarías en alguna otra mujer?

—¿Hay necesidad de machacarlo tanto? —dijo Gordon quietamente.

—No lo estoy machacando. No me gusta nada verte en este estado.

—¿Me prestarás el dinero, Phil?

—No puedo decidir todavía. Es una cantidad muy grande y me será bastante difícil.

—Si no lo haces será como si me arrojaras a las fieras. Me doy cuenta de que no hago más que quejarme y que todo es solamente culpa mía... Pero eso no cambia nada.

—¿Cuándo podrías devolver el dinero?

Estas palabras hicieron nacer en Gordon cierta esperanza. Pensó un instante su respuesta. Sin duda lo mejor era ser sincero.

—Por supuesto que podría prometerte que te lo devolveré el mes que viene. Pero... es más lógico que te diga tres meses. Tan pronto como comience a vender mis dibujos.

—¿Y cómo puedo saber que vas a vender dibujos?

Gordon percibió una nueva dureza en la voz de Dean que lo hizo dudar nuevamente de lo que su amigo haría. ¿Era posible que no fuera a conseguir el dinero?

—Suponía que me tenías algo de confianza.

—La tenía. Pero al verte así empiezo a dudar.

—¿Crees que si no estuviera al borde del abismo recurriría a ti en estas condiciones? ¿Acaso te parece que me resulta agradable? —se contuvo y se mordió los labios. Se daba cuenta de que le convenía contener la furia creciente de su voz. Después de todo, era él quien estaba pidiendo.

—Parece que te resulta bastante fácil —le dijo Dean, enojado—. Me pones en una situación tal que, si no te ayudo, parezco un miserable. Sí, no digas que no. Y déjame decirte que no me resulta nada fácil conseguir trescientos dólares. Mis ingresos no son tan cuantiosos como para sacar una porción tan grande como si tal cosa.

Se levantó de la silla y comenzó a vestirse. Elegía la ropa con cuidado. Gordon estiró los brazos y se aferró a los bordes de la cama, conteniendo sus deseos de gritar. La cabeza le zumbaba y se le partía de dolor. Tenía en la boca un gusto amargo, y podía sentir cómo la fiebre latía en sus venas en forma regular, como las gotas lentas e incesantes que se derraman desde un techo.

Dean se anudó la corbata con precisión, se alisó las cejas, y con total solemnidad quitó una pizca de tabaco de sus dientes. Luego llenó su cigarrera, arrojó la caja vacía al cesto, con aire pensativo, y puso la nueva en el bolsillo de su chaleco.

—¿Desayunaste? —preguntó.

—No. He perdido la costumbre.

—Bueno. Salgamos y desayunemos. Más tarde decidiremos el asunto del dinero. Estoy cansado del tema. Vine al Este para divertirme. Vayamos al Club Yale—siguió diciendo, apesadumbrado. Luego agregó, dejando entrever su desaprobación—: Dejaste tu trabajo. No tienes otra cosa que hacer.

—Tendría mucho que hacer si contara con un poco de dinero —dijo Gordon mordazmente.

—¡Por favor! ¡Cambia un poco de tema! No tienes derecho a arruinarme el viaje. Toma. Aquí tienes.

Sacó un billete de cinco dólares y se lo arrojó a Gordon, quien lo dobló cuidadosamente y lo guardó en el bolsillo. Había un nuevo brillo en sus mejillas que no tenía nada que ver con la fiebre. Por un instante, antes de abandonar la habitación, los ojos de los dos amigos se encontraron, y en ese instante cada uno percibió en el otro algo que lo hizo bajar la vista inmediatamente. Porque en ese instante se odiaron, sorpresiva y definitivamente.

En ***Niño bien y otros,***
Buenos Aires, Fausto, 1985

Como decíamos, si hacemos una lista con los verbos de un relato, obtenemos el ESQUEMA NARRATIVO* básico del relato, algo así como su esqueleto.

(5) Leé el siguiente relato y hacé una lista de los verbos (**conjugados**, obviamente) según el tiempo y el modo en que aparecen.

Homenaje a Walter Benjamin

El narrador. Tiró el diario con fastidio y se fue al asador. *"Otro domingo arruinado"*. El viernes, el gerente de relaciones públicas le pedía que autorizara la impresión de unos afiches, *"institucionales"*, para un homenaje que su empresa de lácteos, parece, auspiciaba. A la tarde, en la cancha de *paddle*, los abogados del estudio hablaban de la conferencia de un francés, *"en la Alianza, ¿no?"*, que homenajeaba al mismo tipo. Y hoy, en el diario, el programa completo de las jornadas cuyos afiches él había pagado. *"Un cebo perfecto"*. Pero se dio cuenta tarde: *"Che, ¿quién es Benjamin?*, le preguntó a sus dos hijos, porque estudiaban Diseño y Comunicación: *"seguro saben"*. Preguntó casi al aire, a ninguno en particular, sólo para asegurarse sobre el buen destino de sus fondos... *"Un cebo perfecto"*. Sus dos hijos (24, 22) cruzaron miradas y enarbolaron estandartes. *"Posmodernidad, deriva, deseo, historia, razón"* decía uno (¿cuál?), *"Modernización, ciudad, democracia, partidos, medios"* recitaba el otro. Su mujer, entretanto, abandonaba las palabras cruzadas para opinar, con la seguridad de meses de taller de lectura, sobre Baudelaire y sobre Kafka. *"Si seré boludo* —le dijo a Canario, el asador—. *No me banco a estos inútiles discutiendo sobre huevadas que no entiendo. Si seré boludo... ¿Me servís un whisky?"*

Daniel Link,
en Los Periodistas, 23
(Buenos Aires, 1-15 de octubre de 1990).

(5a) ¿Qué te parece que expresan cada uno de los tiempos verbales? Completá el cuadro que está a continuación.

Tiempos del Relato

Valor semántico en el relato	Retrospección	Tiempos de base o grado '0'		Anticipación
		primer plano	segundo plano o marco	
Tiempo				condicional
Ejemplo				recordaría, habría de recordar

3.2. "Decime tu fracaso"

Tenemos, entonces, un Sujeto y una serie de predicados (acciones o comportamientos): las más importantes de esas acciones son las que se llaman núcleos, suelen estar en pretérito indefinido o pretérito perfecto simple (el tiempo que expresa el primer plano narrativo) y son los momentos de riesgo del relato, los momentos en los que el relato puede cambiar de dirección.

(6) Pensá en el cuento "La Cenicienta". ¿Qué hubiera sucedido si la desdichada Cinderella no hubiera perdido un zapato en las escalinatas del palacio? Escribí en no más de diez líneas el final del (nuevo) cuento.

Todas las acciones, se supone, contribuyen a que el protagonista o Sujeto alcance su objetivo u OBJETO*.

(7a) ¿Cuál es el objetivo de la Cenicienta?

(7b) ¿Cuál sería el objetivo de la Medicina, considerada como personaje de un relato?

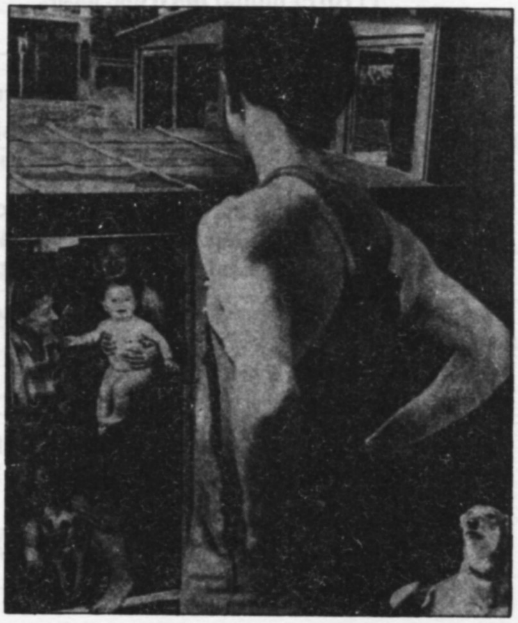
*¿Te parece? Eso es ser bastante bien pensado. Yo he leído por ahí que en realidad la medicina, como tantas otras **disciplinas**, tiene como objetivo **disciplinar el cuerpo**: someter al cuerpo a una serie de dispositivos —higiene, profilaxis, medicina laboral— básicamente orientados al dominio del cuerpo, al ejercicio de poder sobre los cuerpos, para impedir, obviamente, lo que se llama libertad. ¿A vos qué te parece? **Miguel Fucó**.*

LC 6

(7c) ¿Cuál sería el objetivo de Lucas respecto de la chica que le gusta tanto?

*Vos pensás eso porque no lo conocés a Lucas, pero te aseguro que Lucas está más loco que una cabra. Primero parece que se muere por tal chica, no hay quien lo aguante. Cuando consigue que la chica empiece a fijarse en él —porque es terco, se empecina, lucha— entonces resulta que ahora ¡le gusta otra! Y así va. A veces le ha durado más: sale con la chica que le gusta, pero de repente viene a mi casa y me dice: "¿Por qué será que la chica que vemos por la ventanilla del colectivo es siempre más linda que la que tenemos al lado?" "Oh, Lucas, le digo, vos estás de la nuca". Yo sé lo que le pasa: Lucas se enamora, no de las chicas, sino del amor. Creéme, yo de esto sé bastante. **Rolando Barto.***

Es habitual, especialmente en los relatos tradicionales, que todo Sujeto se correlacione con un Objeto, en relación con el cual adopta determinados comportamientos o realiza determinadas acciones. Los cuentos de hadas suelen contar historias de personas cuyo Objeto es el **ascenso social.**



(8a) ¿En qué otros cuentos, además de "Cenicienta", sucede eso?

(8b) ¿Conocés otro género donde eso suceda?

(9) ¿Cuál te parece que es el Objeto de Gordon en el relato de Fitzgerald?

Como verás, estamos hablando de Sujeto, Objeto, predicados.

(10) ¿Cuál te parece que es el **modelo* de análisis y producción de relatos** que estamos usando?

En una oración más o menos corriente encontramos:

- Sujeto
- Predicado
- Objetos { directo / indirecto }
- Circunstanciales

No es casual: toda oración es un pequeño relato y todo relato puede pensarse como una expansión de una frase u oración.

Y, al revés, una oración puede resumir el esquema narrativo básico de un relato.

¿Te animás a hacerlo? Probá con:

(11) La última **película** que viste.

(11a) El último episodio de la serie que ves siempre.

(11b) El último libro que leíste.

(11c) Una crónica policial que recuerdes haber leído los últimos días.

Todavía quedaría por aclarar qué funciona, en el relato, como los circunstanciales de una oración. Por un lado, tendríamos circunstancias espaciales y temporales, que juegan un papel muy importante. Toda información sobre lugar y tiempo, en un relato, es un indicio*.

(12) A ver si sos capaz de decir de qué clase, de acuerdo con la clasificación que figura en el capítulo anterior:

(13) ¡Pero muy bien! Entonces volvé a leer el fragmento de Fitzgerald y marcá todos los indicios espaciales y temporales que encuentres. Hacé una lista aquí mismo:

(13a) Ahora mirá con mucha atención las siguientes fotografías y señalá los indicios espaciales y temporales. ¿Es más difícil? Bueno, sí: el truco es preguntarle a la foto **¿dónde?** y **¿cuándo?** y ver qué contesta.

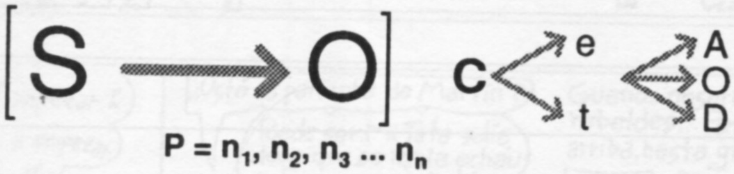
(13b) ¿Qué diferencia podrías marcar entre los indicios espaciales y temporales tal como aparecen en el cuento y tal como aparecen en las fotos? (Acordate de lo que dijimos sobre los códigos en el capítulo anterior.)

Hay otros circunstanciales, digamos: **personajes circunstanciales**, para diferenciarlos del protagonista (o de los protagonistas). El más importante de esos personajes circunstanciales es el Destinatario, que equivale a un objeto indirecto.

(14) ¿Podés dar un ejemplo? Pensá especialmente en relatos de aventuras, donde es más fácil verlo.

(14a) ¿Y, también pensando en el relato de aventuras, los personajes que pueden aparecer, qué función cumplen respecto del sujeto, cómo se relacionan con él?

Resumamos: en todo relato hay



(15) ¿Podés expresarlo con palabras?

LC7

A lo largo de este apartado hemos estado mencionando "tipos de relato" o géneros*.

(16) ¿Podrías dar características de cada uno de ellos?

(16a) **Cuento de hadas**

(16b) **Relato de aventuras**

(16c) **Teleteatro**

(16d) **Serie de TV**

(16e) Película

(16f) Alegoría

(16g) Crónica periodística

Podés, obviamente, consultar una enciclopedia o manual. Y ya que estamos, pensá otros dos géneros narrativos y sus características:

(16h) ______

(16i) ______

Este tipo de trabajo me seca. Mejor, te aconsejo, hacé lo siguiente. Pensá en algo que hayas leído o visto correspondiente a cada uno de esos géneros, deducí las características y después verificalas en un libro. Por ejemplo: ***Los cazadores del arca perdida*** *es un relato de aventuras (pero además, ojo, una película),* ***La cenicienta*** *es un cuento de hadas (pero además, ojo, una película de Disney), alegóricos son, ejemplo, los* ***Milagros*** *de Berceo o casi todos los libros de* ***El nuevo testamento****. Como verás habrá que ser cauto: algunos géneros se superponen, o tienen un alcance diferente. Inclusive "película" parece ser algo diferente y no exactamente un género. ¿Sabrá algo mi amigo Daniel? ¿Siempre tendré yo que venir a sacar las papas del fuego? Lo sabremos en el próximo capítulo.* ***Juan Beryer****.*

3.3. "No ves la pena que me ha herido"

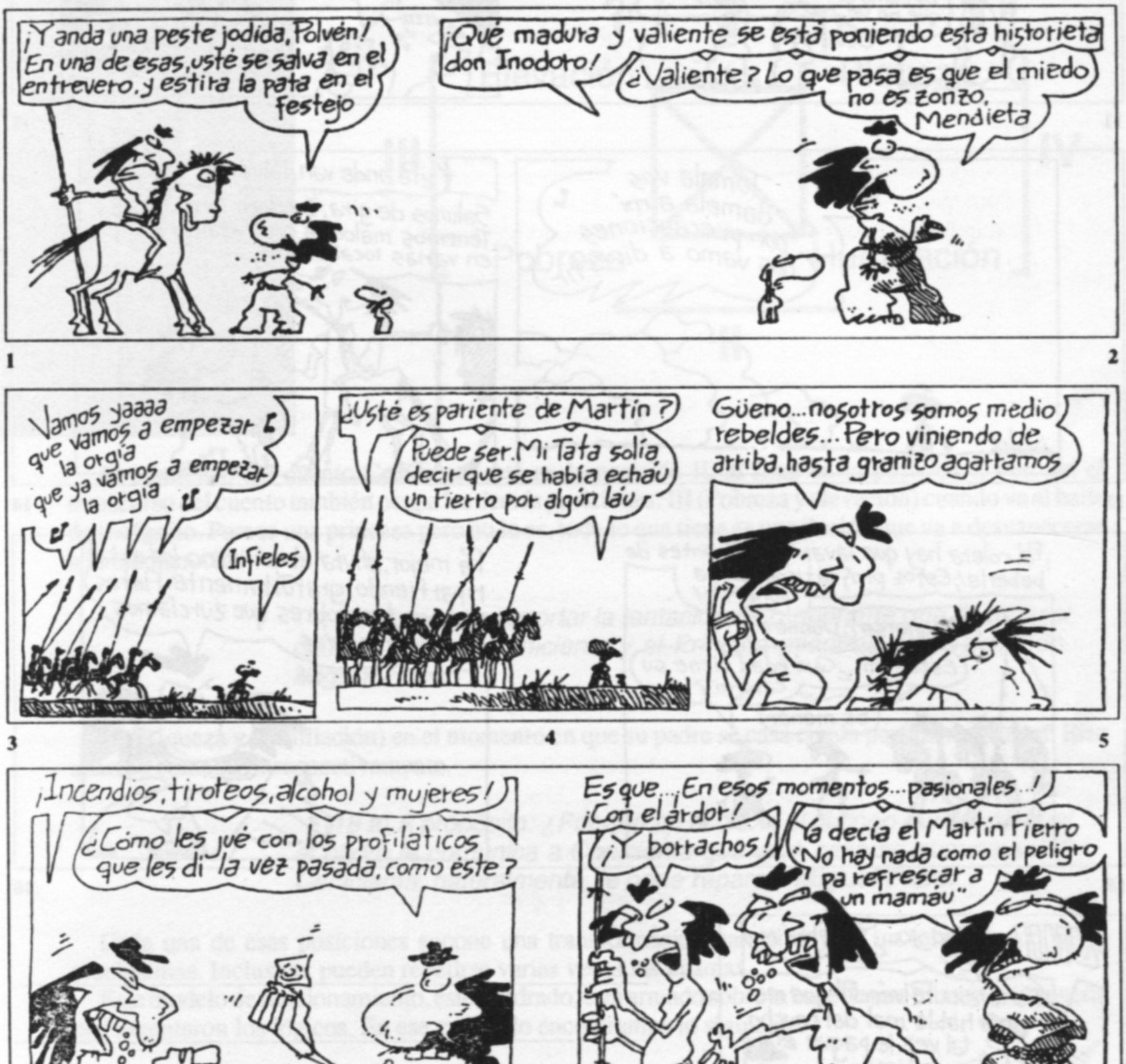
En todo relato (cuento, película, **historieta, radioteatro**) tiene que haber una SITUACION* INICIAL y una SITUACION FINAL (¡ojo!: esto no es lo mismo que introducción, nudo y desenlace).

Manifiesto: *Nosotros, los semiólogos y comunicólogos ilustrados estamos hartos de introducción, nudo y desenlace. ¿Saben de dónde salen estas palabras? De Aristóteles y de las preceptivas neoclásicas del siglo XVIII. ¿Se dan cuenta? ¡Siglo XVIII! ¿De qué introducción me hablan en una película o novela que empieza, como se decía antiguamente,* ***in medias res****, en la mitad de la cosa, de los hechos? ¿De qué nudo me hablan en un teleteatro o miniserie si hay miles? ¿De qué desenlace me hablan en películas como las de Andy Warhol, que se cuentan entre las más interesantes de los últimos tiempos? Basta de introducción, nudo y desenlace. Basta de Aristóteles y de Platón. ¿A quién quieren engañar? ¿Y por qué?* ***Daniel Link, Rolando Barto, Miguel Fucó, Juan Beryer, Susana Domingo*** *y siguen las firmas.*

Comparando la situación inicial y la situación final yo puedo formular el esquema narrativo básico que quedaría planteado entre esas dos situaciones.

(17) Comparádos fotografías cualesquiera. Pensá que una de ellas es la situación inicial y la otra la situación final. Formulá el relato necesario para ligarlas.

(17a) Ahora observá bien las viñetas de la historieta que sigue. Están desordenadas. ¿Te animás a ordenarlas? Después formulá una oración que resuma el relato.



11

12

13

14

15

16

17

Entre una situación inicial y una situación final se dan una serie de TRANSFORMACIONES* NARRATIVAS que responden a un modelo ya no lingüístico o gramatical sino lógico.

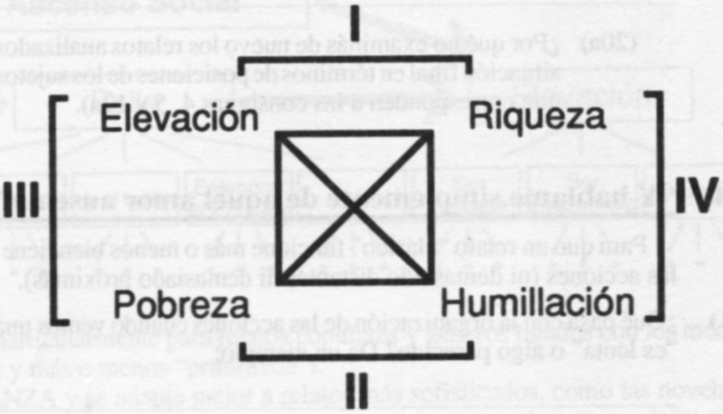
Pensemos en la pobre (pero trepadora) Cenicienta. Al comienzo del cuento se encuentra en una situación de

Pobreza -------- **Humillación**

Su deseo (su objeto) es transformar esa situación e invertir los términos, que es efectivamente lo que sucede en el cuento: la situación final es de

Elevación -------- Riqueza

Si yo uno todos los términos entre sí, el dibujo que queda es un cuadrado con sus diagonales:



Al comienzo del cuento Cenicienta está en la posición II, al final en la posición I. Pero en el transcurso del cuento también ocupa las demás posiciones: III (Pobreza y elevación) cuando va al baile de incógnito. Parece una princesa pero no lo es, todo lo que tiene es una ilusión que va a desvanecerse a la medianoche.

> ***(18) No puedo soportar la tentación de proponerte que escribasel diálogo entre la Cenicienta y el Príncipe mientras están bailando. Miguel Fucó.***

IV (Riqueza y humillación) en el momento en que su padre se casa con la pérfida madrastra. Esto aparece contado retrospectivamente.

> ***(18 a) A propósito: ¿Por qué no escribís el diálogo durante el cual el padre le comunica a Cenicienta que va a casarse nuevamente? Cenicienta, naturalmente, le pone reparos. Miguel Fucó.***

Cada una de esas posiciones supone una transformación narrativa y en un relato puede haber muchísimas. Inclusive, pueden repetirse varias veces las mismas.

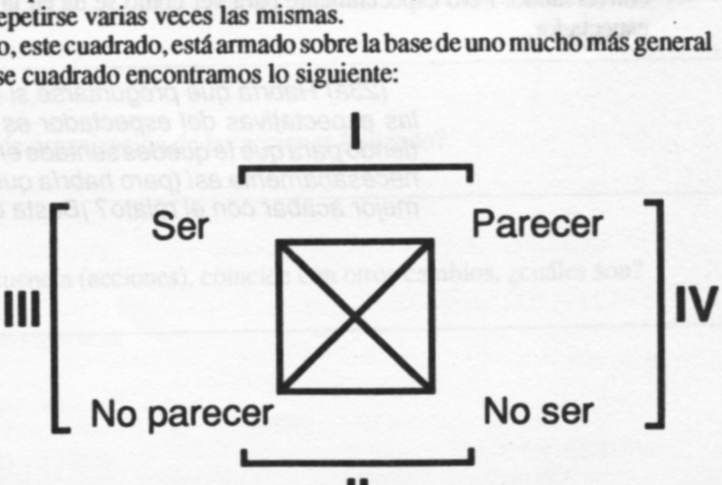
Este modelo de funcionamiento, este cuadrado, está armado sobre la base de uno mucho más general que inventaron los lógicos. En ese cuadrado encontramos lo siguiente:

La posición I corresponde a lo verdadero.

La posición II corresponde a lo falso.

La posición III corresponde al secreto.

La posición IV corresponde a la mentira.



(19) Preguntále a tu profe de matemáticas o a tu profe de filosofía qué relación se establece entre los términos según las líneas que consideres: lados o diagonales. Si no sabe, preguntále al profe con el que estás trabajando estos temas y vas a ver que él sí sabe.

(20) Ahora pensá una situación cualquiera en la que un sujeto esté en alguna de las posiciones del cuadrado (**ser y parecer** o **no ser y no parecer** o **parecer y no ser** o **ser y no parecer**).

____

(20a) ¿Por qué no examinás de nuevo los relatos analizados y determinás la situación inicial y la situación final en términos de posiciones de los sujetos según este modelo? (Releé los textos que corresponden a las consignas 4, 5 y 17a).

3.4. "Y hablame simplemente de aquel amor ausente"

Para que un relato "clásico" funcione más o menos bien tiene que tener una buena organización de las acciones (ni demasiado distantes ni demasiado próximas).

(21) ¿Qué pasa con la organización de las acciones cuando vemos una película y decimos que "es pesada", "es lenta" o algo parecido? Da un ejemplo:

____

____

Otra cosa que un relato "clásico" debe manejar con cuidado es la información que revela al lector, de manera que su interés no decaiga.

(22) ¿En qué género es esto particularmente importante? Mencioná un ejemplo:

____

____

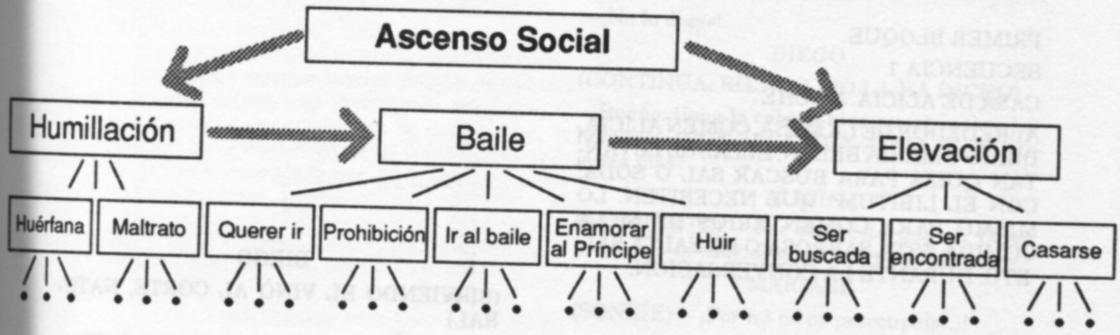
LC 8 Estamos hablando de dos categorías fundamentales de todo relato: CONFLICTO* y ENIGMA*. El conflicto desencadena acciones y/o comportamientos. Los enigmas van regulando la atención del lector/espectador, suscitando su deseo de saber **la verdad**. Es por eso que uno "se engancha" con una película o una novela policial hasta el final. Muchas veces se plantean enigmas que se resuelven parcialmente, o cuya respuesta se va posponiendo. En algunos casos, inclusive, se plantean equívocos o directamente mentiras para engañar al lector.

(23) Hay una película, se llama **El silencio de los inocentes** y su director es Jonathan Demme. Convendría que la vieras (¡es bárbara!) para verificar cómo aparecen ahí todas estas cosas que estamos conversando. Pero especialmente para ver cómo se da en la película (si es que se da) el engaño al espectador.

*(23a) Habría que preguntarse si una manipulación semejante de las expectativas del espectador es **ética**: finalmente te están mintiendo para que te quedes sentado en una butaca. Si el relato funciona necesariamente así (pero habría que estar seguro de eso) ¿no sería mejor acabar con el relato? ¡Basta de relatos! **Rolando Barto.***

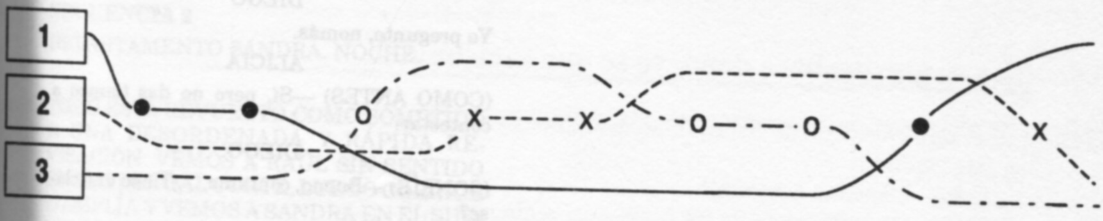
3.5. "Tras un retazo del olvido"

LC 9 Las acciones o comportamientos de un relato, organizadas en secuencias, pueden organizarse según dos modelos. El primero es el ARBOL y cada secuencia supone ramificaciones sucesivas. En el caso de Cenicienta, podríamos plantear el siguiente esquema secuencial:



LC 10 Es un esquema que sirve particularmente para relatos populares y géneros ligados con los medios masivos (son relatos lineales y más o menos "primitivos").

El otro modelo es la TRENZA y se adapta mejor a relatos más sofisticados, como las novelas y películas. En este caso las secuencias se van intercalando como en una trenza. Aparecen, alternativamente, acciones o comportamientos correspondientes a diferentes secuencias:



Es el caso típico de películas en las que van sucediendo acontecimientos "en paralelo". En las series de televisión y los teleteatros es un recurso utilizado para retrasar la resolución de los conflictos.

Más abajo vas a encontrar el guión original de la telenovela **El oro y el barro.**

(24) ¿Podés indicar cuáles son sus características específicas como relato?

____

____

(24a) ¿Cuál es el modelo de organización de las acciones utilizado?

____

(24b) Cada cambio de secuencia (acciones), coincide con otros cambios, ¿cuáles son?

____

____

Alumno: .... **Curso:** .... **Hoja:** ....

EL ORO Y EL BARRO

NOVELA: JORGE BELLIZZI

LIBRO T.V.: MARCIA CERRETANI - ENRIQUE SDRECH

ESCENAS CAPÍTULO 2 - ESPAÑA

PRIMER BLOQUE

SECUENCIA 1

CASA DE ALICIA. NOCHE

ALREDEDOR DE LA MESA, COMEN ALICIA, DIEGO Y MARÍA BELÉN. ELLAS SE LEVANTAN QUIZÁ PARA BUSCAR SAL O SODA, CON EL LIBITUM* QUE NECESITEN. LO MISMO PARA COMENTARIOS DE SI LA COMIDA ESTÁ SABROSA O LE FALTA SAL, ETC. DURANTE LA CONVERSACIÓN.

DIEGO

(SIRVIENDO EL VINO AL CORTE, NATURAL)

—¿Raúl no viene a cenar? ¿Qué pasa? ¿Tiene clase también esta noche? ¿No eran los miércoles, que...?

ALICIA

(CONSIGUE INTERRUMPIRLO, BENIGNA)

—¡Diego, Diego, no dejás hablar...!

DIEGO

Yo pregunto, nomás.

ALICIA

(COMO ANTES) —Sí, pero no das tiempo a contestar.

DIEGO

(SONRÍE) —Bueno, contame... ¿Tiene una clase?

ALICIA

—No (Y SE CORRIGE RÁPIDA). O sí, no sé. Pero avisó que no viene a dormir.

DIEGO

(SALTA) —¡¿Otra vez?!

DESDE LEJOS, MARIABE QUE ESTÁ BUSCANDO O HACIENDO ALGO:

MARIABE

—Es joven, Diego...

DIEGO

(SALTA) —Yo, cuando era joven.

ALICIA

(INTERRUMPE RISUEÑA) —Escuchá lo que te dice Mariabé: cuando vos eras joven, ningún hijo que viviera con sus padres hubiera soñado con dormir fuera de su casa. Ahora es distinto.

DIEGO

(ACEPTA, PERPLEJO Y RESIGNADO)

—Sí... puede ser... (Y CON BUEN ÁNIMO) ¿Y qué sabes? ¿Qué pasa? ¿Está de novio nuestro hijo, o qué?

RISUEÑA MIRA A MARIABE:

ALICIA

Es lo que nos estábamos preguntando...

SONRÍE:

MARIABE

Un mozo tan guapo, tan inteligente... ¡Debe tener admiradoras por todas partes...!

SONRIENDO:

ALICIA

Lo único que espero es que haya elegido bien.

DIEGO

¡De eso estoy completamente seguro! Raúl no es ningún...

ALICIA INTERRUMPE RIENDO EN EL SENTIDO DE NO PERMITIRLE UNA INOCENTE ZAFADURÍA:

ALICIA

—¡No lo digas!

DIEGO

(CONTINÚA, RIENDO, NO LA HA DICHO)

—Bueno: tiene la cabeza bien puesta sobre los hombros. (CON PICARDÍA A ELLA) ¿Así te gusta más?

ALICIA

(SONRIENTE) —Por supuesto que sí. ¡Y en presencia de Mariabé, más sinvergüenza!

MARIABE

(SONRÍE) —¡Por mí no os preocupéis...!

DIEGO

(PENSATIVO, SONRIENTE) —Sí... no podemos quejarnos del hijo que tenemos, Alicia... (PÍCARO) ¡Lástima que sea tan reservado!

Y CORTA A:

SECUENCIA 2

DEPARTAMENTO SANDRA. NOCHE.

TODO ESTÁ REVUELTO COMO SOMETIDO A UNA DESORDENADA Y RÁPIDA REVISACIÓN. VEMOS A RAÚL SIN SENTIDO EN EL SUELO AL CORTE, LUEGO CORRIGE O AMPLÍA Y VEMOS A SANDRA EN EL SUELO, CONSCIENTE PERO ATADA DE PIES Y MANOS Y AMORDAZADA, AGITÁNDOSE, QUEJÁNDOSE. Y VEMOS TAMBIÉN EL ESTADO EN QUE HA QUEDADO EL DEPARTAMENTO.

POR FIN RAÚL COMIENZA A REACCIONAR, ABRE LOS OJOS, ESTÁ ALGO ATURDIDO PERO ENSEGUIDA SE RECUPERA Y AL VER A SANDRA ATADA Y RECORDAR LO SUCEDIDO, SALTA A DESATARLA EXCLAMANDO:

RAÚL

—¡Sandra...! ¡Dios santo...! ¡¿Estás bien?! ¡¿Qué pasó?!

YA SIN MORDAZA, MIENTRAS ÉL LE SUELTA LAS MANOS:

SANDRA

(LLOROSA DE ALIVIO TRAS EL SUSTO)

—¡Ay, Raúl! ¡Ay, mi amor! ¡Creí que estabas muerto!

(Y AL PODER ABRAZARLO, LO ESTRUJA LLORANDO)

—¡¡¡Tuve tanto miedo, mi vida, tanto miedo...!!!

CON ELLA ABRAZADA A ÉL, LLORANDO

CORTA A:

PRIMER BLOQUE - TOMA 3

CONTRAFRENTE CASA LUCAS. DÍA

ES POR LA MAÑANA TEMPRANO. PARECE NO HABER AUN ACTIVIDAD ALGUNA EN LA CASA DE DON LUCAS DE MADARIAGA.

UN ANCIANO DE ASPECTO INOFENSIVO Y ALGO DÉBIL (PACO NÚÑEZ, 70) SE ACERCA POR LA CALLE TRASERA, ATISBANDO COMO QUIEN NO QUIERE LA COSA HACIA EL INTERIOR DE LA FINCA. LO VEMOS DUBITATIVO, CASI TEMEROSO, EVIDENTEMENTE NO "PASA" SINO QUE "RONDA". DESDE EL INTERIOR SE ACERCA DE PRONTO A LA CERCA UN GUARDIA (QUE HASTA EL MOMENTO HA PASADO INADVERTIDO) QUE LO HA VISTO. SON DEL MISMO PUEBLO, SE CONOCEN, ASÍ Y TODO EL GUARDIA —AUNQUE AMABLE— DESCONFÍA:

GUARDIA

¿Qué hace por acá, don Paco…?

PACO

(MIENTE INSEGURO) Paseo un poco, Tomasito… Desde que me han jubilado, me aburro en casa…

CON BENEVOLENCIA:

GUARDIA

Pues hágalo por otro lado, hombre. Que a don Lucas no le gusta que ronden su casa.

YA CASI YÉNDOSE, PREGUNTA:

PACO

(POR DISIMULAR, TURBADO)

¿Pero quién ronda… vamos…?

3.6. "Ya sé que me hace daño, yo sé que te lastima"

(25) Leé el siguiente texto de Gabriel García Márquez y tratá de analizarlo usando las categorías trabajadas en este capítulo:

(25a) Esquema actancial*

(25b) Características de los personajes y circunstancias espacio-temporales

(25c) Situación inicial, transformaciones narrativas y situación final

(25d) Organización de las acciones: secuenciado del texto.

La película "María de mi corazón"

Gabriel García Márquez

María —la protagonista— era en la vida real una muchacha de unos veinticinco años, recién casada con un empleado de los servicios públicos. Una tarde de lluvias torrenciales, cuando viajaba sola por una carretera solitaria, su automóvil se descompuso. Al cabo de una hora de señas inútiles a los vehículos que pasaban, el conductor de un autobús se compadeció de ella. No iba muy lejos, pero a María le bastaba con encontrar un sitio donde hubiera un teléfono para pedirle a su marido que viniera a buscarla. Nunca se le habría ocurrido que en aquel autobús de alquiler, ocupado por completo por un grupo de mujeres atónitas, había empezado para ella un drama absurdo e inmerecido que le cambió la vida para siempre.

Al anochecer, todavía bajo la lluvia persistente, el autobús entró en el patio empedrado de un edificio enorme y sombrío, situado en el centro de un parque natural. La mujer responsable de las otras las hizo descender con órdenes un poco infantiles, como si fueran niñas de escuela. Pero todas eran mayores, demacradas y ausentes, y se movían con una andadura que no parecía de este mundo. María fue la última que descendió sin preocuparse de la lluvia, pues, de todos modos, estaba empapada hasta el alma. La responsable del grupo se lo encomendó entonces a otras, que salieron a recibirlo, y se fue en el autobús. Hasta ese momento, María no se había dado cuenta de que aquellas mujeres eran 32 enfermas pacíficas trasladadas de alguna otra ciudad, y que en realidad se encontraba en un asilo de locas.

En el interior del edificio, María se separó del grupo y preguntó a una empleada dónde había un teléfono. Una de las enfermeras que conducía a las enfermas la hizo volver a la fila mientras le decía de un modo muy dulce: "Por aquí, linda, por aquí hay un teléfono". María siguió, junto con las otras mujeres, por un corredor tenebroso, y al final entró en un dormitorio colectivo donde las enfermeras empezaron a repartir las camas. También a María le asignaron la suya. Más bien divertida con el

equívoco, María le explicó entonces a una enfermera que su automóvil se había descompuesto en la carretera y sólo necesitaba un teléfono para prevenir a su marido. La enfermera fingió escucharla con atención, pero la llevó de nuevo a su cama, tratando de calmarla con palabras dulces.

"De acuerdo, linda", le decía, "si te portas bien, podrás hablar por teléfono con quien quieras. Pero ahora no, mañana."

Comprendiendo de pronto que estaba a punto de caer en una trampa mortal. María escapó corriendo del dormitorio. Pero antes de llegar al portón, un guardia corpulento le dio alcance, le aplicó una llave maestra, y otros dos le ayudaron a ponerle una camisa de fuerza. Poco después, como no dejaba de gritar, le inyectaron un somnífero. Al día siguiente, en vista de que persistía en su actitud insurrecta, la trasladaron al pabellón de las locas furiosas, y la sometieron hasta el agotamiento con una manguera de agua helada a alta presión.

El marido de María denunció su desaparición poco después de la media noche, cuando estuvo seguro de que no se encontraba en casa de ningún conocido. El automóvil —abandonado y desmantelado por los ladrones— fue recuperado al día siguiente. Al cabo de dos semanas, la policía declaró cerrado el caso, y se tuvo por buena la explicación de que María, desilusionada de su breve experiencia matrimonial, se había fugado con otro.

LC 11

Para esa época, María no se había adaptado aún a la vida del sanatorio, pero su carácter había sido doblegado. Todavía se negaba a participar en los juegos al aire libre de las enfermas, pero nadie la forzaba. Al fin y al cabo, decían los médicos, así empezaban todas, y tarde o temprano terminaban por incorporarse a la vida de la comunidad. Hacia el tercer mes de reclusión, María logró por fin ganarse la confianza de una visitadora social, y ésta se prestó para llevarle un mensaje a su marido.

El marido de María la visitó el sábado siguiente. En la sala de recibo, el director del sanatorio le explicó en términos muy convincentes cuál era el estado de María y la forma en que él mismo podía ayudarla a recuperarse. Le previno sobre su obsesión dominante —el teléfono— y le instruyó sobre el modo de tratarla durante la visita, para evitar que recayera en sus frecuentes crisis de furia. Todo era cuestión, como se dice, de seguirle la corriente.

A pesar de que él siguió al pie de la letra las instrucciones del médico, la primera visita fue tremenda. María trató de irse con él a toda costa, y tuvieron que recurrir otra vez a la camisa de fuerza para someterla. Pero poco a poco se fue haciendo más dócil en las visitas siguientes. De modo que su marido siguió visitándola todos los sábados, llevándole cada vez una libra de bombones de chocolate, hasta que los médicos le dijeron que no era el regalo más conveniente para María, porque estaba aumentando de peso. A partir de entonces, sólo le llevó rosas.

El País

Martes 5 de mayo de 1981

3.7. "Llorando mi sermón de vino"

El guión* es una variedad de relato que funciona como texto provisorio o pre-texto respecto de otro relato, por lo general audiovisual. El guión, en cualquiera de sus usos, suministra una serie de indicaciones sobre la BANDA OPTICA* y la BANDA SONORA* de los relatos que tienen estos soportes. Una banda óptica es una secuencia de imágenes, una banda sonora es una secuencia de sonidos. Usan bandas ópticas y/o bandas sonoras todos los relatos cuyo soporte* no es la escritura.

Los elementos que pueden aparecer formando secuencia en las diferentes bandas pueden ser de varios tipos.

(26) Rapidísimo, a ver quién completa primero este cuadro:

Género	Banda óptica	Banda sonora
Canción	no	sí: palabras y música
Película		
Serie TV		
	sí: gestos, posturas del cuerpo, luces	sí: palabras (música), ruidos
ballet		
historieta		
	sí: fotografías, textos	no
ópera		

 Alumno: .... Curso: .... Hoja: ....

Un relato se puede armar con cualquier cosa: gestos, imágenes fijas, palabras, etc.…

(27) Armá un relato sólo con pedacitos de canciones y ruidos (prohibido usar la voz). Grabalo (con un grabador de doble casetera por grupo).

Hacé que tus compañeros lo escuchen y entiendan la historia que contás. Entre tres y cinco minutos.

(27a) Si preferís, armá un relato con fotos (¡sin texto!) sacadas de revistas. Mostralo a tus compañeros y que te digan qué cuenta el relato. Entre cuatro y ocho páginas.

El guión da las indicaciones necesarias para armar el relato definitivo y las indicaciones se distribuyen en tantas columnas como bandas utilice el medio.

(28) Volvé a leer el guión de **El oro y el barro** y anotá qué ponen los autores en cada columna.

____

____

____

(29) Fijate, al comienzo de cada página, en los **créditos** de los autores: ¿Qué diferencia habrá entre "novela" y "libro de TV"?

____

A menudo el guión es el desarrollo de una sinopsis* o guión literario que solamente cuenta las peripecias de la trama. El guión especifica:

a. parlamentos.

b. división en secuencias.

c. características de ambiente y de personajes.

d. indicaciones técnicas (planos visuales o sonoros por utilizar, efectos visuales o sonoros, etc.…).

(30) Con todo lo que sabés ya podés emprender las siguientes tareas:

(30a) Hacé un guión de **radioteatro** para "La Cenicienta" que incluya todos los textos que escribiste. Podés adaptar el cuento, empezarlo antes, terminarlo después. Calculá una duración total no superior a quince minutos, incluidos los efectos sonoros y las intervenciones del narrador. El mejor de todos los guiones se graba.

(30b) Hacé un guión de fotonovela para el texto de Fitzgerald teniendo en cuenta que no tenga más de seis páginas, ni más de seis fotos por página. Es importante imaginar visualmente las diferentes situaciones y momentos del relato y una buena diagramación de las páginas. El mejor guión se hace: alguien saca las fotos o bien usan fotos de revista. Después, inclusive, pueden sacar copias y ¡venderlas! en el colegio.

En algunos casos, especialmente en los casos de películas o videos, el guión suele llevar todavía algunas indicaciones sobre la construcción de la imagen (punto de vista*, ubicación de la cámara, etc...). Es habitual que esto se indique mediante dibujos y fotografías. Es lo que se llama un **story-board***. En la página 7/10 vas a encontrar la reproducción de un fragmento de un **story-board** de Hitchcock.

(30c) Hacé un **story-board** de "La película María de mi Corazón" usando dibujos y fotos de revistas. Tenés que tener en cuenta que el story-board es el último paso antes de la filmación o grabación, así que no tiene que quedar nada para después. Suponete: el texto de Márquez sería la sinopsis o guión literario. Vos tendrías que pensar el guión y después hacer el story-**board**. ¡Suerte!

(31) A propósito, ¿te preguntaste por qué los diferentes apartados llevan los títulos que llevan? ¿Sabés qué son esos títulos? ¿De dónde están sacados? Te propongo que los reemplaces por otros títulos, los que a vos te parezca que tienen que ver con los contenidos de cada apartado. ¿Sí?

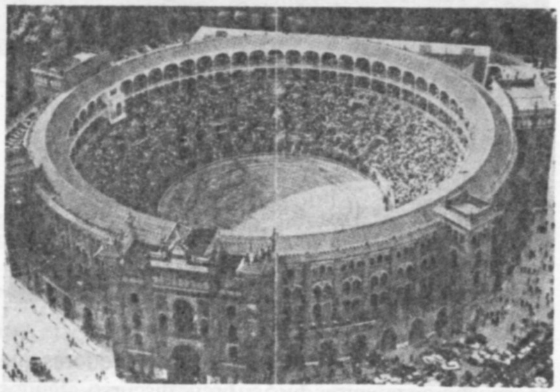
MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

¡Salió el Comunicólogo!

En un acto multitudinario realizado simultáneamente en Madrid y Caracas e interconectado por satélite fue presentado el capítulo 4 de El ¿pequeño? comunicólogo ¡ilustrado!

Miles de adolescentes asistieron a la presentación vestidos con las remeras que la editorial obsequió a cada comprador del libro, para vivir y felicitar al profesor Link quien, visiblemente emocionado, recomendó a los docentes y padres presentes que "abran sus corazones al clamor estudiantil y escuchen sus demandas". En el acto hablaron sobre los medios masivos de comunicación el Prof. Marshall McLuhan, el Prof. Oscar Masotta y el Prof. Denis McQuail. En las páginas siguientes, el texto completo de las alocuciones y un extracto de la conferencia de prensa que, vía satélite, se transmitió a todo el mundo y en la cual el Prof. Link explicó lo que piensa de la comunicación, de la vida en general y de los alumnos que ha tenido.

Además, esta cobertura especial incluye las páginas más notables de El (pequeño) comunicólogo: ilustrado, tal como aparecen en su capítulo 4.

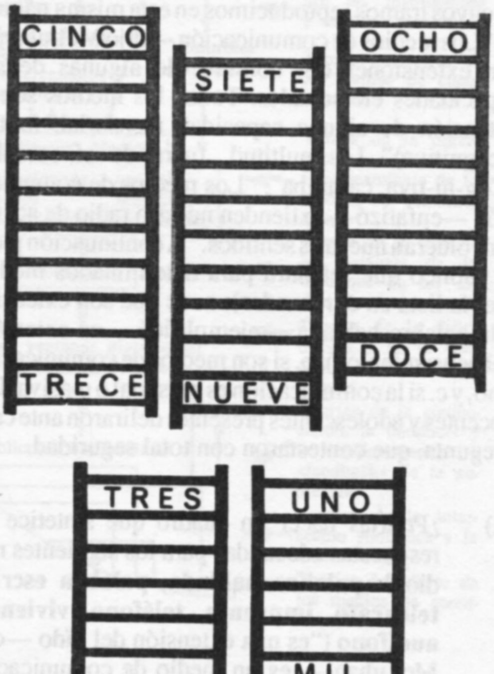


(1) **Pero antes, hay que resolver el enigma de esta página, gentilmente cedido por la revista Humor (agosto de 1991). ¡Felipe Srur y Matías I. lo hicieron en el acto y se ganaron dos viajes a Orlando!**

Las Cinco Escaleras

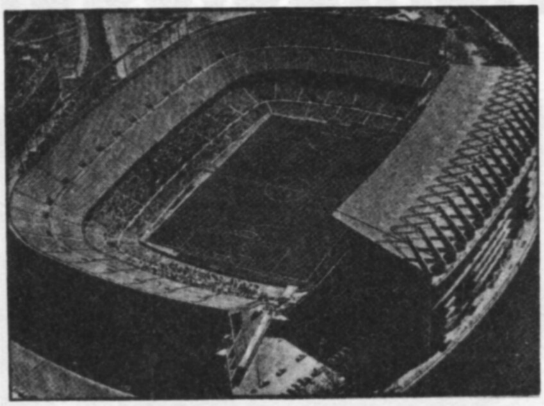
En cada casilla de la escalera va una palabra que es exactamente igual a la palabra de la casilla anterior, salvo por una letra. No valen palabras extranjeras ni nombres propios.

Humor, agosto 1991



¡Grande, Pa!

Desde el instante mismo en que se abrieron las puertas del estadio olímpico Simón Bolívar (Caracas), el público que asistía a la presentación del capítulo cuatro reclamó la presencia "en vivo" del profesor McLuhan, que se encontraba, a la sazón, en Madrid. Cuando las gigantescas pantallas de video que transmitieron su imagen desde la otra sede de la presentación se encendieron, un grito unánime recorrió todas las tribunas: "Marshall sí, otro no" y



"Grande, pa" fueron los cánticos ensordecedores que se escucharon mientras duró su breve discurso, algunos de cuyos tramos reproducimos en esta misma página.

"Los medios de comunicación —dijo McLuhan— son extensiones del hombre, de algunas de sus capacidades elementales. Todos los medios son la extensión de alguna capacidad (sensorial, motriz o cognitiva)". La multitud, fuera de sí, coreaba: "Cog-ni-tiva, caramba". "Los medios de comunicación —enfatizó— extienden nuestro radio de acción e involucran nuestros sentidos." A continuación pidió al público que señalara para determinados medios (ver la lista en el recuadro): a. de qué son extensión ("la palabra hablada —ejemplificó— es extensión del pensamiento"); b. si son medios de comunicación o no, y c. si la comunicación es personal o masiva. Los docentes y adolescentes presentes deliraron ante cada pregunta, que contestaron con total seguridad.

El medio es el mensaje

Por Marshall McLuhan*

En una cultura como la nuestra, acostumbrada desde largo tiempo a escindir y dividir todas las cosas como un medio de control, a veces nos choca el que se nos recuerde que, en los hechos operantes y prácticos, el medio es el mensaje. Esto quiere decir, simplemente, que las consecuencias personales y sociales de cualquier medio (es decir, de cualquier prolongación de nosotros mismos) resultan de la nueva escala que se introduce en nuestros asuntos, debido a cada prolongación de nuestro propio ser o debido a cada nueva técnica. Así, con la automatización, por ejemplo, es cierto que las nuevas pautas de asociación humana tienden a eliminar empleos. Este es el resultado negativo. Del lado positivo, la automatización crea papeles para las personas, lo que quiere decir una mayor profundidad de entrega al trabajo y a la sociedad que nuestra anterior técnica mecánica había destruido.

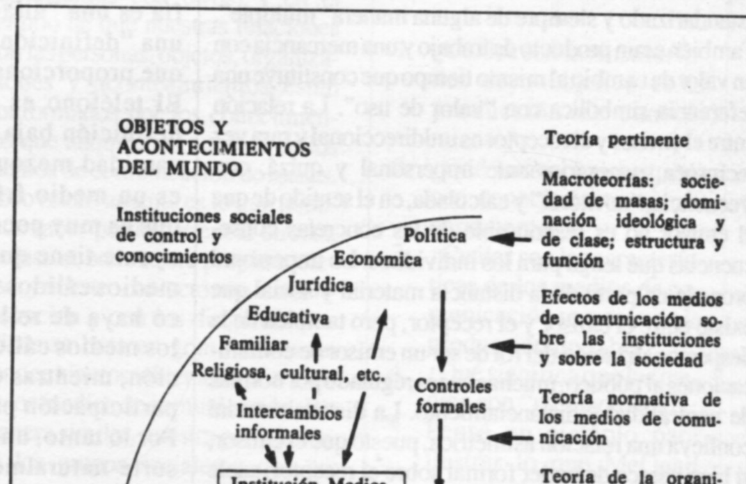
* en ***La comprensión de los medios como las extensiones del hombre,*** México, Diana, 1969.

(2) ¿Podrías hacer un cuadro que sintetice las respuestas adecuadas para los siguientes medios?: **palabra hablada, palabra escrita, telégrafo, imprenta, teléfono, vivienda, audífono** ("es una extensión del oído —dijo McLuhan—, es un medio de comunicación personal"), **reloj, computadora, grabador, cine, radio, libro, auto, televisión, juegos.**

(3) ¿Cómo será un medio frasco? Dibujalo acá mismo.

Comunicación y mediación

(4) **No todos los asistentes estuvieron atentos a las palabras del Prof. Denis McQuail que, justo es decirlo, no tiene el mismo magnetismo que el Prof. McLuhan. El Prof. McQuail habló sobre comunicación de masas y mediación y explicó el cuadro que proyectaban las gigantescas pantallas de video y que se reproduce en esta página. ¿Podrías contarle a estos dos extraterrestres lo que dijo McQuail, teniendo en cuenta la información que está en el cuadro?**



Tomado de Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas, Barcelona, Paidós, 1985

 Alumno: .... Curso: .... Hoja: ....

McLuhan vs. McQuail

(5) **Denis McQuail y Marshall McLuhan debatieron algunos interesantes puntos a través del satélite (McQuail estaba en Caracas, McLuhan en Madrid). Los puntos de la discusión están en estas palabras de cada uno de ellos, tomadas de sus discursos. ¿Podrías armar la discusión en forma de diálogo, a partir de la información que dan los textos?**

El proceso de la comunicación de masas

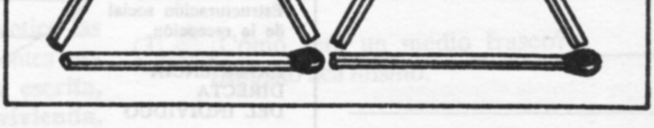
El proceso comunicativo que tiene lugar dentro de la red de la institución sólo se puede describir exagerando determinados rasgos y, sobre todo, contrastándolo con la comunicación cara a cara entre personas. Así, la fuente no es una sola persona sino una organización formal, y el "emisor" suele ser un profesional de las comunicaciones. El mensaje no es único, variable e impredecible, sino con frecuencia "manufacturado", estandarizado y siempre de alguna manera "múltiple". También es un producto de trabajo y una mercancía con un valor de cambio al mismo tiempo que constituye una referencia simbólica con "valor de uso". La relación entre el emisor y el receptor es unidireccional y rara vez recíproca, necesariamente impersonal y quizá, con frecuencia, "no moral" y calculada, en el sentido de que el emisor no es responsable de las concretas consecuencias que tenga para los individuos. Lo impersonal procede en parte de la distancia material y social que existe entre el emisor y el receptor, pero también de la despersonalización del rol de ser un emisor de comunicaciones al público, muchas veces regulado por normas de neutralidad y distanciamiento. La distancia social conlleva una relación asimétrica, puesto que el emisor, si bien carece de poder formal sobre el receptor, suele tener más recursos, prestigio, pericia y autoridad. El receptor forma parte de un público amplio, comparte la experiencia con otros y reacciona según formas predecibles y establecidas. La comunicación de masas suele implicar el contacto simultáneo entre un emisor y muchos receptores, lo que permite una influencia inmediata y extensa y una respuesta inmediata por parte de muchos a la vez. Si bien no puede presumirse la uniformidad del impacto, es probable que en las respuestas haya muchas menos variaciones de las que se producirían en caso de difundirse la información por el lento y sucesivo procedimiento de persona a persona.

McQuail

Medios cálidos y fríos

Existe un principio fundamental que distingue un medio cálido, como lo es la radio, de otro frío, como es el teléfono; o un medio cálido, como el cine, de otro medio frío, como la televisión. Es un medio cálido el que prolonga o amplía un solo sentido en una "alta definición". Alta definición es el estado del ser bien abastecido de datos. Visualmente, una fotografía es una "alta definición". Una caricatura es una "definición baja", por la sencilla razón de que proporciona muy poca información visual. El teléfono es un medio frío o un medio de definición baja debido a que se da al oído una cantidad mezquina de información, y el habla es un medio frío de definición baja, debido a que es muy poco lo que se da y mucho lo que el oyente tiene que completar. Por otra parte, los medios cálidos no dejan tanta cosa que el público haya de rellenar o completar. Por lo tanto, los medios cálidos son de poca o baja participación, mientras que los medios fríos son de alta participación para que el público los complete. Por lo tanto, un medio cálido, tal como la radio, surte naturalmente en el usuario efectos muy diferentes a los que produce un medio frío, tal como el teléfono.

McLuhan



(6) En esta figura podés observar dos triángulos equiláteros formados por seis fósforos. ¿Cómo se pueden formar cuatro triángulos equiláteros moviendo sólo tres fósforos? (Gentileza **Muy Interesante**) Un consejo: Hay que mirar las cosas de otra manera, ¿cómo decirte?, en otro plano, ¿me entendés?

Comunicación y Saber

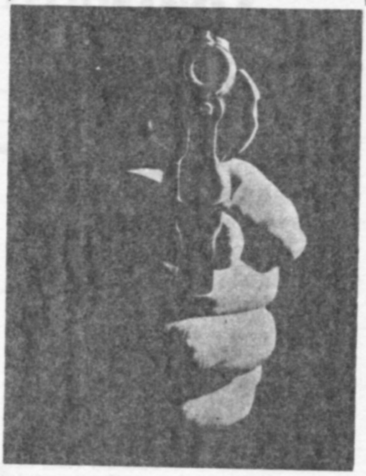
En otros tramos de su alocución el Prof. McQuail tocó temas de candente actualidad.

Habitualmente hablamos del saber como el resultado de un proceso de comunicación o de aprendizaje. De ahí que el producto directo de los medios de comunicación no sean los conocimientos propiamente dichos, sino mensajes potencialmente creadores de conocimientos, mensajes que normalmente se clasifican en las categorías de información, cultura, entretenimiento, propaganda, etc. Desde luego, los medios de comunicación de masas no constituyen la única institución cuya actividad principal es la de crear conocimientos. Otras, como la enseñanza, la religión o la ciencia, pueden caracterizarse en términos muy similares, y aún hay otras instituciones, como la política y el derecho, que crean conocimientos como actividad secundaria importante. Suele resultar difícil distinguir entre los medios de comunicación en acción y estas otras instituciones, puesto que los medios de comunicación de masas suelen proporcionarles los canales para llegar al público. No obstante, los medios de comunicación tienen diversas características diferenciadoras en cuanto a la producción de saber. Cumplen la función general de "transmisores" de toda clase de conocimientos y operan en la esfera pública, que es accesible a toda la sociedad y a todos sus miembros. Las condiciones de la participación en el "sistema" de producción y recepción de los conocimientos son características, pues el sistema es voluntario, continuo, no específico, libre, de bajo coste y exige poca cualificación o competencia.

Además del supuesto de esta actividad central, el marco referencial que hemos elegido requiere otro supuesto, que consiste en que la institución de los medios de comunicación es esencialmente *intermediaria* y mediadora, como su mismo nombre indica. Estas instituciones son intermediarias en varios sentidos: con frecuencia se interponen entre nosotros (los receptores) y el mundo de la experiencia situado más allá de la percepción y el contacto directos; a veces se sitúan entre nosotros y las otras instituciones con las que nos relacionamos (iglesia, estado, justicia, industria, etc.); y proporcionan también un vínculo entre esas mismas instituciones. Median en el sentido de que son canales para que otros contacten con nosotros (y en alguna ocasión incluso para que nosotros contactemos con otros) y en el sentido de que nuestras relaciones con las personas, objetos, organizaciones y acontecimientos están conformados por los conocimientos que adquirimos a través de los medios de comunicación de masas. Poco relativamente es lo que podemos saber por experiencia directa, incluso sobre nuestra propia sociedad, y nuestro contacto con la administración y con los dirigentes políticos se basa en gran medida en conocimientos obtenidos a través de los medios de comunicación. De manera similar, nuestra percepción de los grupos sociales a que no pertenecemos o que no podemos observar está conformada en parte por los medios de comunicación de masas.

(7)

¡Cuestionario!



1. ¿Cuáles son las instituciones cuyo objetivo es la producción de conocimiento?
2. ¿Qué instituciones producen conocimiento secundariamente?
3. ¿Cuáles son las características de los medios de comunicación respecto de la producción de saber?
4. ¿Qué significa que los medios son "mediaciones"?
5. Pensá un ejemplo para ilustrar lo que McQuail dice en el último párrafo.
6. Introducí en el texto de Mc Quail dos subtítulos.

NUMERO		ORDEN DE DIFERENCIAS		
		PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA
1	1			
		7		
2	8		12	
		19		6
3	27		18	
		37		
4	64			

(8) El científico franciscano Babbage quiso enseñar algunos principios matemáticos a una tribu de indios amazónicos. Lamentablemente, se lo comieron durante el segundo recreo largo. Esto es lo que había alcanzado a anotar en el pizarrón. Deducí qué enseñaba, titulá la segunda columna y completá la tabla hasta el número 10.

Gentileza **Muy Interesante**

 Alumno: .... **Curso:** ....**Hoja:** ....

Videos con trampa

El "boom" de la televisión norteamericana se llama Video New Releases (VNR): son avisos encubiertos bajo la forma de noticias.

LOS noticieros de la televisión norteamericana están siendo invadidos por películas promocionales distribuidas gratuitamente y que los expertos en comunicaciones han definido como "una amenaza a la integridad de las informaciones televisivas". Se trata de los llamados **Video New Releases (VNR)**, que tienen aparentemente las características de noticias pero que son producidas por corporaciones, sindicatos, partidos políticos y hasta gobiernos extranjeros, y distribuidos por vía satélite a 750 estaciones televisivas.

Más de 2.000 **VNR** se pusieron en circulación este año. Entre ellos, se encuentran las imágenes de los moscovitas haciendo cola frente al primer Mc Donald allí inaugurado, producido por la misma compañía de las célebres hamburguesas. También se han distribuido historias alrededor de nuevas medicinas, gentileza de algún laboratorio, y hasta un discurso contra la droga del presidente de Colombia, realizado por ese gobierno. Las grandes empresas no vacilan tampoco en **construir** noticias alrededor de un producto, tal es el caso de una fábrica de desodorantes para zapatillas de gimnasia, que ideó una hipotética competencia de **aromas** entre un grupo de personalidades. O la colocación de un gigante de chocolate en medio de **Times Square**, para dar origen a la noticia de un verdadero embotellamiento y promover así un nuevo producto de golosinas.

Los productores de la **VNR** pagan una media de 5.000 dólares a una compañía que difunde sus videos, los promueve, analiza sus usos y efectos. Entre los mayores productores de **VNR** se encuentran **IBM, Disney, Appe Computer** y **General Motors**.

Competir con la noticia

El elemento más fuerte de un **Video News Release** es su carácter de noticia, ya que a la crisis actual de los noticieros, especialmente a nivel de redes locales, ha hecho más atrayente su explotación al ofrecer gratis imágenes que serían mus costosas de producir.

Hoy, el 75 por ciento de las estaciones televisivas utilizan esta publicidad encubierta de manera regular. Los **VNR** pueden ser proyectados tal como llegan o por partes, o integrándolos con otras imágenes. No existe ninguna reglamentación que imponga a los respectivos noticieros el dar cuenta de la fuente del que proviene el material, aunque ya se han presentado quejas ante la **Comisión Federal de Comunicaciones** para que se instituya alguna reglamentación.

"No queremos que el gobierno se meta en esto —han dicho los directores de noticieros—, pero es necesario que se revele el origen de este material al cual consideramos simplemente como comunicados de prensa."

Algunos han señalado que la introducción de estos **spots** disfrazados de noticias es una estafa.

En una entrevista publicada recientemente en el semanario **Entertainment Weekly**, el director de los medios de comunicación de la Universidad de Columbia señaló que "con estos **VNR**, las redacciones de los noticieros pierden control sobre el material que transmiten, ya que un producto puede ser fotografiado de manera más atrayente y las declaraciones están siempre elaboradas o, mejor dicho, manipuladas para servir mejor al producto que se está vendiendo".

Clarín, 29/9/91

En Villaguay, Entre Ríos

Denunció agresiones el director de El Pueblo

PARANA.– Una nueva denuncia formuló el director del diario El Pueblo de Villaguay, señor Juan Carlos Surra, quien señaló en esta oportunidad que a las 20.30 del domingo último, cuando se disponía a salir del edificio Luis Roberto Bravo, integrante de la redacción del diario, con su equipo fotográfico, fue víctima de una agresión, que se supone de carácter político.

Se atribuyó la misma a "José Villagra, de unos 21 años, de reconocida inclinación por el justicialismo, aunque se ignora si es afiliado".

Bravo se disponía a concurrir al Club Huracán con el fin de tomar notas gráficas de un certamen de básquetbol, cuya final se disputaba allí, "cuando Villagra – dice la denuncia de Surra– se detuvo frente a la puerta del diario y comenzó a insultar con frases irreproducibles y a hacer referencias al triunfo de Moine en las elecciones de Entre Ríos, profiriendo amenazas contra él y también contra el director de El Pueblo, agregando que le iba a colocar una bomba al diario".

"A la vez –puntualiza la denuncia– le aplicó un puñetazo en la oreja izquierda al fotógrafo e intentó ingresar en el edificio, pero luego retrocedió y se alejó del lugar.

"Ante esta nueva agresión que soportamos, por cuestiones evidentemente políticas, Bravo reaccionó de inmediato y se dirigió a la Jefatura de Policía, donde radicó la denuncia y fue revisado por el médico de policía, doctor Eduardo Schin, quien constató la existencia de un golpe en la oreja, que mostraba una inflamación", dice la información del diario.

La Nación, 18/9/91

Socios. **Arnold Schwarzenegger, Bruce Willis y Sylvester Stallone se han asociado en un proyecto denominado *Planet Hollywood*, que no será precisamente un film sino "un centro cinematográfico polivalente", mezcla de museo del espectáculo y restaurant de lujo. El local, ubicado en al calle 57 de Nueva York, a pocos pasos del Carnegie Hall, abrirá sus puertas en los primeros días de octubre, a un costo de 15 millones de dólares y los anfitriones prometen tener entre sus primeros invitados a Liza Minelli, Sofía Loren y Sting, entre otros famosos. Si alguien cree ver también a Marilyn Monroe y Humphrey Bogart, será cierto: allí estarán, holografías mediante.**

Página/12, 27/9/91

Obras maestras de Buster Keaton

(EE.UU., 1921/23) Intérprete y director: Buster Keaton. (Círculo Cultural)

Toda una celebración. Este primer volumen —cuidadísima edición del Círculo Cultural del Cine—, dedicado a la obra de Buster Keaton, verdadera fiesta para cinéfilos, nos aproxima al estilo y al lenguaje cinematográfico de un autor ejemplar.

Keaton (1895/1966), aun en el período sonoro, privilegió el gesto y la elocuencia de la imagen pura. Los tres cortos maravillosos que incluye esta selección *(El carapálida, Una semana, Buster marinero)*, reencuentran al espectador con ese humor lunático, surrealista, cercano al absurdo que evidencia en todo momento la fragilidad y el patetismo de la condición humana. Keaton hace reír con un ingenio trabajado hasta el mínimo detalle. Sus películas son piezas de orfebrería donde nada está librado al azar. Buena oportunidad para acercarse a un maestro.

El mundo de la publicidad

El eclipse de las campañas

Por Alberto Borrini
(Para LA NACION)

Las recientes campañas electorales no van a ser recordadas por su contenido profesional, precisamente. El "candidato electrónico", insinuado en 1983 y paradigma de la destreza en el manejo de la televisión, se disolvió en el aire antes de terminar de radicarse en el país. En su lugar quedó el "candidato histriónico", más aprovechado que estructurado, que no vacila en ir "A la cama con Moria" y en insertarse en cuanto programa se lo permita a cambio de una figuración televisiva de dudosa repercusión en el electorado.

El candidato electrónico se foguea y perfila en refinados "spots" y en los debates televisivos, que justamente brillaron por su ausencia esta vez. Dos de los publicitarios que intervinieron en las campañas, Pedro Naón Argerich, colaborador de Alvaro Alsogaray, y Horacio O'Donnell, asesor de varios candidatos provinciales, coincidieron en señalar la falta de recursos económicos como una de las causas del eclipse de la comunicación política.

Las finanzas, en efecto, fueron un dolor de cabeza para los partidos, aunque poco sorpresivo; por lo general, una elección de carácter legislativo como la de la Capital, recauda cuatro o cinco veces menos que otra en la que están en juego cargos ejecutivos, dicen los expertos. Pero además, la temprana polémica acerca de los subsidios oficiales, que el Congreso elevó inesperadamente a tres dólares por voto, y que el presidente de la Nación rebajó a un dólar, habría alertado a los mayores contribuyentes, las empresas, algunas de las cuales se abstuvieron porque pensaron que ese aporte era suficiente.

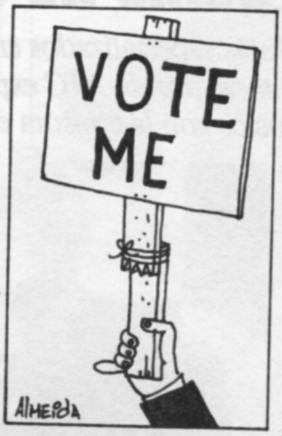
Y resultaba difícil contradecirlas: los partidos redondearon en conjunto casi 18 millones de dólares, cifra similar a la insumida por todas las campañas realizadas en 1989, en elecciones de rango presidencial y mucho más espectaculares.

Ascenso del pasacalle

Los problemas de bolsillo, de todos modos, no explicarían la abulia y torpeza de muchos mensajes con que fueron cubiertos los "espacios cedidos a los partidos políticos" en televisión. Este privilegio no es aún valorado como corresponde por algunos beneficiarios que siguen aferrados mentalmente a la tribuna callejera. Tan valiosos espacios fueron a menudo desaprovechados por candidatos que leyeron monótonos discursos en cámaras; aspirantes puestos rígidamente en fila y que superponían sus parlamentos en los mensajes colectivos, y por otros que, con escasa imaginación, buscaban la compañía de computadoras personales para pasar por jóvenes y modernos.

La publicidad política en la Argentina, confirmaron estas campañas, no superó aún una primera etapa, cuantitativa; la siguiente es la cualitativa, de mayor destreza, precisión, selectividad y respeto por el público. Entre tanto, como muchos candidatos demuestran no estar muy seguros de lo que hacen, tratan de hacer mucho, de estar en todas partes. Por las dudas. Esta elemental inclinación explicaría la presencia indiscriminada en programas televisivos que no brindan un contexto adecuado, y también el abuso del medio más económico y frecuentado por estas campañas: el pasacalle.

La publicidad política, esta vez, se atrincheró en el ámbito que mejor conoce, la calle. Los candidatos hicieron caravanas y caminatas aunque pronunciaron pocos discursos. Las caravanas, en especial,



constituyen una celebración anticipada y no exigirían el desenlace verbal que parece inevitable en el mitin. La comunicación peripatética, en todo caso, fue anclada con el mensaje elevado y estirado de los pasacalles.

Las avenidas más importantes llegaron a mostrar hasta diez o doce pasacalles de distintos partidos por cuadra. Fue un verdadero caos. Hombres y símbolos se encimaban, estorbaban o mezclaban; su rédito comunicacional debió ser, a la postre, insignificante.

Slogans v. símbolos

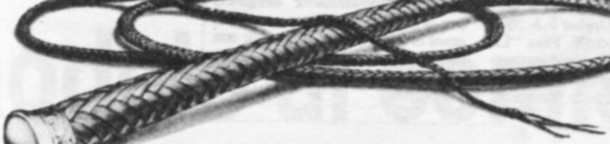
Estas elecciones tan atípicas apresuraron, además, la decadencia del slogan, otrora pieza clave de la comunicación política. Hasta la década del 50, y aún después, los candidatos solían convocar a un publicitario amigo, casi siempre correligionario, para que les hiciera "el slogan" de la campaña. Era la única levadura que se permitían; aderezado con música, el slogan se convertía en "jingle".

Hoy el slogan casi no cuenta. El nombre de Juan Carlos Pugliese aparecía, en los avisos, rubricado por una palabra que era una aspiración, "Gobernador", y el de Eduardo Duhalde por una autoexhortación, "A gobernar". Cuesta creer que Duhalde sea deudor de este seudo slogan, o que Fernando de la Rúa deba su holgado triunfo a una frase tan chirle como "El camino seguro". El slogan está siendo suplantado por el símbolo o "gag" visual: el óvalo con las letras "RA" de Raúl Alfonsín, la banda presidencial sobre el pecho de la N de Menem, y la escarapela que resultó de dar vuelta la A de Duhalde.

Estas campañas dejaron flotando, sobre todo, la sensación de ser poco ambiciosas y significativas, que de ellas no dependían, mayormente, los resultados más previsibles. Los acontecimientos, el "efecto Cavallo" resultaron más decisivos. Una enseñanza es la confirmación que la publicidad política es uno, sólo uno, de los varios factores que pueden dirimir una contienda electoral.

No significa esto que la política pueda descuidar la publicidad profesional. Todo lo contrario; Horacio Usandizaga quizá esté en condiciones de aportar una reflexión muy oportuna al respecto. La cuestión es usar esta herramienta como corresponde. Amontonar avisos cuesta caro, es poco efectivo y puede resultar un boomerang. Una campaña política tiene que ganar todo el "mercado" en un tiempo mínimo. Es una tarea imposible sin la ayuda de comunicaciones profesionales.

La Nación, 10/9/91



Movicom tiene cinco maneras más efectivas para hacerlo hablar.

Para que comunicarse deje de ser una tortura, Movicom le ofrece todas estas opciones:
1 Teléfono portable al contado, **U$S 960*.-**
2 Pago con tarjeta **PLAN 3 PAGOS.**
3 Compra financiada en **6 CUOTAS SIN INTERES.**
4 **ALQUILER POR 24 MESES.**
5 **ALQUILER POR DIA O SEMANA.**
Llame ahora mismo al **325-5220** o a cualquiera de los Agentes Oficiales Movicom y obtenga en **24 HORAS** su teléfono personal, para conocer las ventajas de estar comunicado. Siempre.
* No incluye I.V.A.

Telefonía Celular
movicom
La mejor manera de estar comunicado. Siempre.

Denuncia contra Sofovich: donde se come no se lucra

Un grupo de periodistas especializados en medios solicitó a la Justicia que el interventor de ATC explique cómo hace sus negocios con la emisora estatal.

Gerardo Sofovich, interventor de Argentina Televisora Color, fue enjuiciado ayer por un grupo de periodistas que presentaron argumentos en su contra ante la Justicia Federal, por considerarlo incurso en el delito de "negociaciones incompatibles con la función pública", penado por el artículo 265 del Código Penal. Con la firma de Carlos Ulanovsky, Pablo Sirvén, Silvina Walger, Jorge Luis Bernetti, Aníbal Vinelli, Ricardo Horvath y Ezequiel Fernández Moores y el patrocinio de la doctora Alicia Oliveira, la denuncia solicita que se requiera a ATC los contratos de los programas "Polémica en el bar", "La noche del domingo" y "A la manera de Sofovich", que se realice una pericia contable con el fin de determinar cuáles han sido las operaciones derivadas de dichos contratos, durante la actual intervención; que la misma ATC provea los reglamentos que rigen la actividad de Sofovich y que se lo cite a prestar declaración indagatoria, al tiempo que se lo condene por la comisión del ilícito penal prevista en el artículo mencionado.

Gerardo Sofovich, interventor de ATC, con oso hormiguero.

El discreto encanto de la vaca atada en el canal estatal.

La argumentación que sostiene la denuncia tiene en cuenta la privatización de los anteriores canales estatales metropolitanos, el 13 y el 11, para expresar que "se deba imponer un mayor cuidado en el manejo de la única onda televisiva estatal de alcance nacional." Quienes presentan esta denuncia son, en su mayoría, periodistas especializados en medios de comunicación. Ulanovsky y Walger son autores del libro *La novela negra*; Sirvén escribió *Quién te ha visto y quién TV*; Bernetti es director de la carrera de Periodismo de La Plata; Vinelli es especialista en cine, video y televisión en *Clarín* y *Noticias*, y Horvath, autor de dos libros sobre la estructura de propiedad de la radiodifusión argentina.

"El actual interventor de ATC, en sus años de trabajo, demostró ser un buen productor de programas de entretenimientos, de repercusión masiva, pero con pocas ambiciones o preocupaciones culturales, lo que hace presumir que ATC no cumplirá con la misión para lo cual fue creada", reza la denuncia, y agrega: "Esto se ve aún más agravado por el hecho de que Sofovich se encuentra contratado por el mismo canal como conductor de dos programas y que se contrató a sí mismo, llevando a ATC su programa 'A la manera de Sofovich'. Tal situación produce un serio estado de sospecha respecto del desarrollo normal de la administración pública".

En cuanto a los otros dos programas cuestionados, los periodistas afirman que la contratación se realizó por la empresa Opebar S.A., que figura como productora. Para "La noche del domingo", tiene un contrato de exclusividad con el interventor de ATC para que lo conduzca, actúe personalmente y, al mismo tiempo, dirija el elenco, la puesta en escena y la orientación del mismo. En "Polémica en el bar", el conductor podrá ser sustituido cada tres meses por otro animador designado por la productora, "que en ambos casos es la encargada de cumplir con las retribuciones del señor Sofovich", agrega la denuncia de los periodistas.

Página/12, 30/8/91

García Márquez a la TV

Gabriel García Márquez conducirá y orientará un noticiero en la televisión de **Colombia. César Gaviria**, el presidente de ese país, le concedió un espacio televisivo que el escritor compartirá con los periodistas **María Elvira Samper, María Isabel Rueda y Julio Andrés**. El escritor colombiano y **Premio Nobel de Literatura 1982** se hará cargo del noticiero a partir del primero de enero de 1992. El programa irá de lunes a viernes en horario central y se difundirá por una de las dos cadenas comerciales.

Clarín, 2/8/91

Clarín, 6/8/91

(9) **¿Podrías señalar el tema en común de los textos incluidos en las últimas cuatro páginas? ¿Qué relaciones podrían plantearse entre medios y Estado, o entre política y medios? Pensá qué es el Estado, qué es la política (preguntale a tu papá) y después pensá si los medios tienen relación con el Estado y con la política. ¿Qué será la censura?**

Roma y Rimini son las únicas dos ciudades del mundo que pueden ver este año el film sobre la vida íntima de los Rolling Stones, *Cocksucker blues*, realizado por Robert Frank hace casi dos décadas mostrando las aristas más negras del grupo (incluida su adicción a la cocaína y una masturbación ante cámaras) y que fue prohibido por su propio representante.

La película, que debía ser un documental sobre la gira del mismo nombre por Estados Unidos en 1972, fue encargada por el manager Marhall Chess, quien, entre disgustado y temeroso por lo que finalmente mostró, prohibió su distribución comercial y aceptó sólo que se exhibiera una vez por año fuera de Estados Unidos, sin propósito comercial y, preferiblemente, en homenajes o retrospectivas dedicados a Frank.

El fotógrafo suizo había recibido el encargo de rodar el film tras diseñar la tapa del elepé *Exile on Main Street* del grupo, pero esta vez el documental se centraría no sólo en la actuación sino también en la vida cotidiana del conjunto y de la gente que está a su alrededor por gusto, trabajo o vocación.

La cámara se vuelve indiscreta y muestra la vida íntima del grupo: el nerviosismo antes del concierto, la vaciedad después de él, los momentos muertos en avión o en auto viajando de una ciudad a otra, y la droga (aunque Frank abandona discretamente a Mick Jagger cuando éste se dispone a aspirar cocaína).

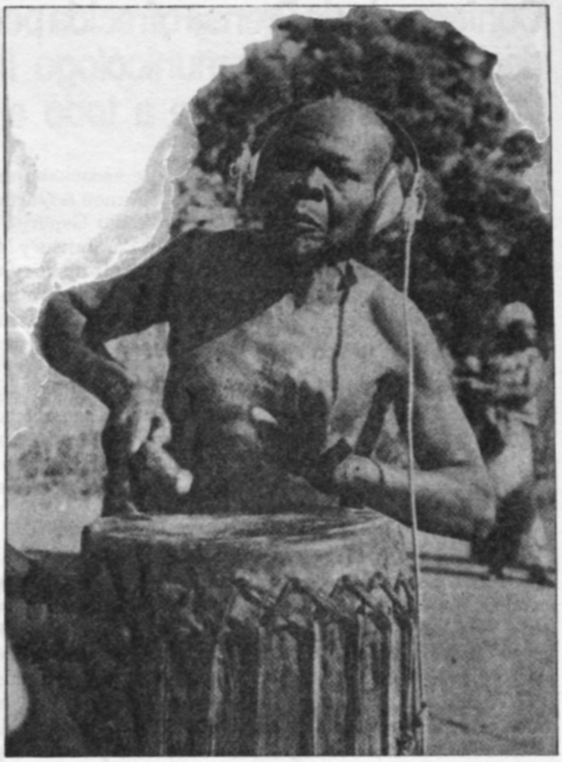
Los *Rolling* responden al ojo provocador de la cámara con otras provocaciones, como una masturbación o una violación en un avión. La más leves cuando uno de ellos arroja un televisor por la ventana. Frank recordó que la filmación "parecía desarrollarse dentro de una astronave. Era imposible estar junto a ellos y mantener la propia identidad, no drogarse, seguir su ritmo increíble de vida por el cual todo debe estar siempre en movimiento. Empecé a entender por qué eran tan mal educados y no hablaban nunca con nadie".

"Una vez, por error, el avión de los Rolling Stones se equivocó de aeropuerto y aterrizó en Providence, en lugar de Boston. Nos arrestaron a todos y no sé cuántos centenares de miles de dólares cambiaron de mano en esas horas. Pero todo se resolvió cuando llamó el alcalde de Boston y dijo que, si no se liberaba a los Stones antes del concierto, iba a estallar una revuelta en toda la ciudad", relató el realizador.

Cocksucker blues, no es un film logrado, es un documento de una época, en la mejor tradición de la obra foto-cinematográfica de Frank, una película irritante, dolorosa, insostenible, sobre una maquinaria comercial, que muestra el sudor, la sangre y las lágrimas que consume pero no la calidad del producto.

La fotografía sucia, contrastada de Frank, mezcla el blanco y negro reservado a la vida cotidiana con el cromatismo rechinante de los conciertos, la fealdad declarada de la imagen se adecua perfectamente a la fealdad del ambiente que retrata, y es bien comprensible que a los Rolling Stones no les haya resultado de su agrado este documento demasiado fiel a la realidad.

Página/12, 7/6/91



Mbagua-Elé, el cacique de una tribu Boro-boro, recibe vía satélite la conferencia de prensa brindada por Daniel Link y la retransmite a las tribus del interior de la comarca. El texto completo en la página siguiente.

ESQUEMA PARA LA SEGURIDAD BONAERENSE

Duhalde propone como modelo al comisario Patti

El vicepresidente y candidato a gobernador peronista de la provincia de Buenos Aires, **Eduardo Duhalde**, se propone, para mejorar los niveles de seguridad "proyectar la imagen de policías que son modelo para la gente, y hacer que sean imitados". Ese modelo, para Duhalde, está encarnado en el comisario **Luis Patti**.

El postulante recordó que "en los Estados Unidos la proyección de ese modelo fueron **Los Intocables**, que sin lugar a dudas tuvo un efecto benéfico no solo para las fuerzas policiales norteamericanas, sino para la población en general, que veía la imagen del incorruptible, que se jugaba contra el delito".

Los equipos técnicos de Duhalde han elaborado una política para la Policía provincial que consistirá, en caso de que el PJ se imponga el 8 de setiembre, en jerarquizar a subcomisarios y comisarios que hayan logrado cierto ascendiente entre su personal y ante la población.

Ayer Duhalde citó como ejemplos "el caso del comisario de San Vicente, días pasados, o el subcomisario Patti, hace un año, con el pueblo de Pilar, conmovido por su remoción".

La carencia de personal en la fuerza también fue abordada por el candidato: "Es inexplicable —dijo— que sobre gente en la administración, en la Legislatura o en las municipalidades. Sobra gente en todos lados, menos donde debería sobrar, que es en la Policía".

En el comando electoral del duhaldismo se trabaja en la elaboración de un cronograma para ajustar la campaña electoral iniciada el sábado en Berisso con una caravana. El acto no dejó conforme a Duhalde fundamentalmente por errores de organización.

La deficiente coordinación hizo que llegaran tarde y quedaran fuera de la marcha algunas columnas como la que provenía de Lanús con **Manuel Quindimil** a la cabeza. De aquí hasta el 8 de setiembre Duhalde participará en actos los fines de semana en **cabeceras de distrito** —La Plata, Mar del Plata y Junín, entre otros—.

Las caravanas como la del sábado difícilmente se repitan salvo que esté garantizada previamente su correcta organización. El jueves cerrará la presentación de listas y los voceros de Duhalde anticiparon que no se producirán grandes novedades.

En el comando electoral ayer preocupaba la aparición de pintadas en el Gran Buenos Aires con la leyenda **Ubaldini gobernador** seguida por algunos nombres de dirigentes distritales encuadrados en el justicialismo.

Clarín, 6/8/91

Conferencia de Prensa ofrecida por el autor de El Pequeño Comunicólogo Ilustrado, transmitida vía satélite a todo el mundo

—¿Qué música le gusta?

—Bueno... cuando era un estudiante escuchaba mucho a Yes, a Emerson, Lake & Palmer, a los Rolling, a ¡Simon & Garfunkel!, un poco de Mc Cartney (para bailar), Pink Floyd, Sui Generis, por supuesto, Spinetta, un grupo llamado Alas, también Los Jaivas y Mercedes Sosa. En fin... un poco de todo. Ahora escucho bastante menos y, curiosamente, música bastante más vieja: Doors, Velvet Underground, los Pistols, Mahler, Wagner, Charly García, Fito Páez, de lo nuevo: Prince y Madonna, Nick Cave, Daniel Ash. Ataque 77 me gusta bastante y extraño a Sumo...

—¿Lee?

—Bueno, una pregunta complicada. En realidad, habría que preguntarme si hago otra cosa además de leer. Sí, leo mucho. Creo que en algún momento de este año voy a llegar al libro número 1.000. Leo bastante: novelas policiales, novelas de ciencia ficción, cuando estoy cansado. Ocurre que leo como trabajo, así que leo prácticamente todo lo que cae en mis manos.

—¿Pone usted la lectura por encima de la TV?

—¡Bueno, por supuesto! La razón no es sólo mi gusto personal, sino sobre todo **política**: la lectura es una práctica muy compleja (como la escritura) que potencia determinadas habilidades del hombre. Para leer placenteramente hay que leer bien (y eso es leer rápido) y por eso es importante entrenarse lo más posible. No sé si se puede oponer la lectura de libros a la lectura de la TV. En todo caso estoy del lado de la lectura y en el lado contrario del consumo. **Leer** TV no es lo mismo que **ver** TV (en el sentido de consumir pasivamente). Me fascinan los discursos de los medios (TV, radio, el diario en menor medida): pero eso es porque no creo nada de lo que veo o escucho.

—¿Usted pretende que los miles de adolescentes aquí presentes obren de la misma manera?

—No, en fin... Yo no pretendo de ellos nada más que su felicidad, la felicidad que cada uno de ellos imagina para sí. En todo caso, me gustaría que no fueran conformistas, que no creyeran todo lo que ven u oyen sólo porque están acostumbrados a eso. Me gustaría que eligieran de verdad, quiero decir: que fueran conscientes de cada una de sus elecciones.

—¿Qué es la comunicación?

—No sé... Quiero decir: no sé qué me pregunta usted...

—¿Qué entiende Ud. por comunicación?

—Bueno: creo que la comunicación es un intercambio de información en una situación donde emisor y receptor son equivalentes, es decir: que están en una situación simétrica. Como a la vez creo que esas situaciones no se dan nunca (siempre uno está por sobre el otro, lo sepa o no, lo quiera o no), creo que la comunicación no existe, es una entelequia, una construcción teórica (muy útil, por cierto)...

—¿No es un poco nihilista, su postura?

—Bueno, en fin... si Ud. quiere decir que mi postura es muy negativa, en todo caso estoy de acuerdo: negativa respecto a lo que los medios dicen de sí (no les creo nada). Pero a la vez soy muy optimista sobre la manera en que la gente usa los medios. Creo que la gente es capaz de usar los medios para obtener su cuota de felicidad y su cuota de placer... Me gusta pensar que la gente no responde de manera automática a los estímulos de los medios.

—¿Sí a los medios?

—¡Que duda cabe! Enhorabuena vivimos en una sociedad masmediática. Gracias a los medios pudo existir un artista como Andy Warhol, gracias a los medios existen y escribieron mis amigos y gracias a los medios existe ***El ¿pequeño comunicólogo? ilustrado.***

—¿Qué incluye ese libro?

—(...)

[(10) Problemas del satélite. La última respuesta se perdió. ¿Podés completarla vos en hoja aparte?]

Los hogares se han convertido en una gran terminal, desde la que es posible acceder a cualquier información. En el cielo, una galaxia de satélites amenaza con sustituir el correo por la faxmanía y hasta teledirigir nuestro propio vehículo, gobernado por un miniordenador. Supertrenes, como el *bala* japonés, el ICE alemán, el TGV francés, disminuyen cada vez más las distancias, como lo hará el futuro AVE español. El desarrollo de las telecomunicaciones ha reducido la Tierra a una pequeña aldea impregnada de imágenes. Extensas redes informatizadas, como Amadeus, conectan compañías aéreas y agencias de viajes de todo el mundo. La cobertura, como una tela de araña, de toda la Tierra se apoya en el proyecto Iridio que, con la ayuda de 77 minisatélites, empezará a funcionar en 1996.

Las redes de comunicaciones han ampliado su capacidad con la aplicación de la tecnología óptica. El último impulso ha llegado con el sistema TAT 8, que permitirá la conexión simultánea de tres bases de telecomunicaciones, como son Tuckerton, en Estados Unidos; Widemouth, en Gran Bretaña, y Penmarch, en Francia.

Se ha avanzado enormemente en la informatización de las empresas. Se han enviado al espacio centenares de satélites que han puesto el mundo entero al alcance del televisor. Todo parece indicar que España se va a incorporar también al club de los países con satélite propio de comunicaciones, aprovechando los acontecimientos a celebrar en 1992. El nombre del satélite: Hispasat.

El teletexto, las antenas parabólicas o la transmisión por cable convierten a la televisión en el centro de todos los hogares. Europa, por ejemplo, contiene un mercado potencial de 320 millones de consumidores, cada día más ávidos de mercancía audiovisual; la población del Viejo Continente demandaba hace tres años entre 120.000 y 130.000 horas por año de emisión, cifra que va en aumento. Estados Unidos, Europa y Japón viven ahora un intenso debate sobre la televisión del futuro, la de alta definición (HDTV). Japón espera que, en el próximo año, el 30 por ciento de sus habitantes pueda disponer de este sistema. Hasta estas pantallas llegarán las comunicaciones por ordenador, la telecompra o el acceso a los bancos de datos.

Gentileza Muy Interesante, agosto 1991

(11) ¿Qué título te parece que debería llevar la nota reproducida justo acá arriba?

(12) **Para mayor información sobre estos temas, ver el apartado correspondiente en el capítulo 2.**

Piense en grande.

SISTEMA DE SONIDO DOME.

Un revolucionario sistema creado por Panasonic que permite que los altavoces envuelvan al tubo de imagen como una cúpula, economi-zando espacio y ganando claridad y potencia.

19 SISTEMAS MUNDIALES.

Lleve el mundo a su casa. Los nuevos TV Panasonic pueden captar los 17 sistemas mundiales, además del PAL-N y PAL-M.

17+2 SISTEMAS MUNDIALES

IMAGEN DE ALTA DEFINICION.

La cantidad de líneas de una pantalla de TV determinan su calidad de imagen.
Los TV Panasonic, con 700 líneas (en S-VHS), superan todo lo visto hasta el momento.

700 LINEAS.

CONTROL REMOTO DOBLE FUNCION.

Los nuevos televisores Panasonic poseen un control remoto doble función (TV/Video) de 34 teclas. Para que usted tenga la mejor tecnología del mundo al alcance de la mano.

REPRODUCTORA MULTILASER DE VIDEO Y AUDIO LX-101.

Para completar su sistema de audio e imagen y disfrutar de los mejores espectáculos del mundo.
- Compatible con 5 tamaños diferentes de videodiscos y compact discs.
- Alta definición de imágenes y colores.
- Sonido Hi-Fi. Sistema de conversión D/A MASH.
- Salida de S-VIDEO.

ENTRADA PARA SUPER VIDEO.

Una conexión exclusiva con la mejor imagen y sonido del mundo.
Especialmente creada para videograbadoras S-VHS y la nueva reproductora de videodiscos.

S-VHS

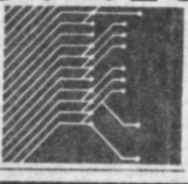
Por todas estas razones, cuando vaya a comprar un nuevo televisor, no lo piense dos veces.
Piense simplemente en Panasonic.

GARANTIA ORIGINAL 1 año
Panasonic PANASONIC FUEGUINA S.A.

Panasonic

Martínez Vadé

MUY TECNO



GUITARRA PARA MUSICOS DIGITALES

El elegante diseño de la guitarra electrónica G-10 de Yamaha no es lo único sobresaliente en este sofisticado instrumento musical. A diferencia de otras guitarras eléctricas con salida MIDI, la G-10 dispone de un sensor de ultrasonidos que permite obtener la señal acústica para alimentar el sintetizador, el generador de tonos o el ordenador en el mismo instante en que se pulsa la cuerda, sin el más mínimo retraso. En Japón, la Yamaha G-10 cuesta 3.400 dólares, incluido el convertidor analógico-digital G-10-C.

FOTO MAGNETICA: DE LA CAMARA AL TELEVISOR

La fotografía magnética consiste en captar las imágenes mediante un chip tapizado con miles de células foto-sensibles, y grabarlas sobre un disco magnético. Hasta ahora las cámaras magnéticas sólo podían grabar; para reproducir las fotografías en el televisor se necesitaba un aparato especial para leer los disquetes. La empresa Canon ha conseguido eliminar este importante inconveniente con la nueva cámara compacta ION, que incluye las funciones de grabación, reproducción y borrado. De esta manera, basta con conectar la cámara al toma de la antena de cualquier televisor para admirar la foto recién tomada. El mismo conector sirve para enviar imágenes a una computadora personal, o a una copiadora láser para obtener copias en papel. La cámara cuenta con un flash incorporado, objetivo macro para enfocar a 30 centímetros y avance rápido para registrar tres imágenes por segundo. Los minidisquetes (5 x 5 cm) tienen capacidad para 50 imágenes y pueden reutilizarse hasta 300 veces. Su precio en Europa, incluido un disquete, es de 840 dólares.

Muy Interesante, marzo 1990

LEVANTAN LA MEDIDA CONTRA EL ALUMNO PABLO LIBERMAN

PABLITO CLAVO UN CLAVITO

(*Por Nora Veiras*) Un cronista televisivo sacudió un armario y de atrás salió eyectada la rectora del Colegio Nacional Número 5 Bartolomé Mitre, Berta Valentino. Como una exhalación de sacón colorado y aros bamboleantes cruzó al trote el patio central del colegio rumbo al baño. Tras la sorpresa, el malón de periodistas la persiguió. Pero nada. Custodiada por los policías de civil y soportando el golpeteo del racimo de perlas que pendía de sus orejas, la señora Berta no abrió la boca. En el mismo patio, la profesora de Educación Cívica, María Cristina Souto, explicaba a todos los que quisieron oírla que "pedí una sanción para Pablo Liberman porque consideré que generó un acto de indisciplina y el material que presentó es obsceno. Pero yo no sabía ni solicité que lo dejaran libre". El revuelo desembocó por la tarde en el Ministerio de Educación y provocó la resolución del colegio de "dejar en suspenso la sanción y retrotraer la situación al día 18 del corriente". En otras palabras, Pablo Liberman podrá seguir cursando el tercer año hasta que se tome una resolución definitiva.

Antes de que el Ministerio se hiciera eco del reclamo de la familia Liberman, el secretario de Educación, Osvaldo Devries, había adelantado que la aplicación de "una sanción semejante no beneficia ni a los alumnos ni a los docentes y sólo ahonda la ya profunda brecha entre los jóvenes y el mundo de los adultos". El colegio de Valentín Gómez al 3100 pasará el año próximo a la órbita municipal en el marco de la transferencia de los servicios educativos. El presidente del Centro de Estudiantes, Ariel Eichbaum, coincidió en que "las autoridades no nos dan margen para trabajar porque no nos consideran parte de la comunidad educativa" y para replantear estas actitudes convocó a "todos los colegios a una asamblea mañana, a las 19, en Ciencias Sociales (Marcelo T. de Alvear y Uriburu) en contra del autoritarismo".

La mejor parodia sobre el tema se desarrolló por la mañana en el colegio. Los chicos amontonados en la puerta cortaron la calle y se disputaban cámara frente a los canales de televisión. "Nosotros bancamos a la profesora pero queremos que se vaya la rectora", decían a los empujones. La mayoría estaba de acuerdo con que Pablo "se zafó, si te dan una *Playboy* no la vas a traer a la escuela", argumentaban desde la lógica que deja fuera de los colegios todo lo que les pasa, leen o miran ellos mismos: los adolescentes.

La profesora María Cristina Souto, quien debutó en la docencia recién en marzo, trataba de sobreponerse al escándalo exacerbado por el mutismo de la rectora. Ella le pidió a los alumnos que realizaran un trabajo práctico sobre la historia, evolución y propuestas de diferentes partidos políticos, pero no pensó que se encontraría "con una publicación partidaria *(El Aguante)* con una historieta mostrando una escena de eyaculación en la boca". Souto dice que le pidió a Liberman hablar con su padre o su madre y él "con tonito sobrador me dijo que el padre estaba internado y no podía venir y la madre tampoco porque lo estaba cuidando". Consecuencia: presentó un pedido de "sanción ejemplificadora" que las autoridades del colegio tradujeron en 20 amonestaciones dejando libre al chico, es decir obligándolo a rendir examen de todas las materias cuando sólo tenía desaprobado en el primer cuatrimestre Educación Física, ya que Cívica acababa de aprobarla con el trabajo sobre partidos políticos.

La profesora (36 años) se preocupó por aclarar que "no soy una reprimida sexual, siempre hemos hablado con los chicos sobre SIDA, sexualidad y los problemas que tienen, pero en este caso Liberman generó un acto de indisciplina generalizado mostrando esa historieta en el curso". Alejandro Oscar Díaz y Hernán Díaz se batieron por su compañero Pablo, diciendo que "nos tendrían que haber amonestado a todos no sólo a Pablo". Otra profesora que terció en el debate justificó el castigo individual "porque fue él quien desató la provocación con esa falta de respeto a la docente".

Mientras, el busto de Mitre asistía imperturbable a las polémicas entre profesores y alumnos y a la patética competencia de los canales de televisión por capturar a la profesora. El ex fiscal Aníbal Ibarra y su hermana Vilma, abogados de la familia Liberman, esperaban junto con el padre de Pablo que la rectora los recibiera para entregarle el pedido de revisión inmediata de la sanción disciplinaria. "No se puede castigar a un alumno por traer el material que la misma profesora pidió", señaló Ibarra y destacó que "es como si uno solicita un trabajo sobre el anarquismo y acusa al chico por fomentar la violencia si en algún documento aparece esa propuesta"

La señora se negó primero a entrevistarse con los abogados, mandó decir que recibiría a Isaac Liberman, el padre de Pablo. El hombre abrió confiado la puerta del despacho de la rectora y con él se zambulló la horda de periodistas. Segundos después se quedaron perplejos: un crucifijo tallado en madera, un cuadro de Bartolomé Mitre y una señora diminuta acurrucada sobre la pared (la vicerrectora Mercedes Juan) eran los únicos habitantes del lugar. La rectora parecía haberse desintegrado en el trance. Los cronistas empezaron a golpear otra puerta que permanecía cerrada. Los chicos alentaban a José de Zer, el inefable reportero de Canal 9, "Dale José: con el naso", "Suspirá José, suspirá". Pero nada persuadía a la rectora. Berta Valentino optó por el ridículo frente al desconcierto de gran parte de los profesores. Se fue en un Falcon verde con tres policías de civil y custodiada por dos patrulleros de la comisaría 9ª. Cuando llegó a Educación, ahí sí fue persuadida.

Crónica, 12/9/91

EL 10% DE LOS ESCOLARES ESTA DESNUTRIDO

Hay cifras que meten miedo, que generan estupor, que por su dureza reclaman la inmediata toma de medidas, que reviertan la situación. La crisis del sistema educativo y el aumento del analfabetismo son una contundente realidad, pero cuesta asumir que en la Argentina de hoy el 10 por ciento de la población escolar primaria padece de desnutrición crónica y en el 1,3 por ciento de los casos esa patología es severa.

Cuanto más escarbamos, los porcentajes se vuelven más crueles. En algunas áreas del noroeste argentino el 50 por ciento de los niños del primer nivel de enseñanza es desnutrido, lo cual genera graves problemas para el aprendizaje, además de un pasaporte a futuras enfermedades.

• 5,4 POR CIENTO DE OBESOS

En el otro extremo —siempre teniendo en cuenta la misma franja escolar— hay un 5,4 por ciento de obesos, que en ningún caso es sinónimo de salud o buena alimentación. Por el contrario, al margen de los problemas estéticos, la obesidad acarrea una serie de complicaciones físicas difíciles de revertir. En varios distritos, sobre todo del conurbano bonaerense, hay un 22 por ciento de chicos que sufren sobrepeso.

• "NUTRIMUNDO"

A partir de esta realidad —en cuya detección trabajaron organizaciones internacionales— el Ministerio de Cultura y Educación y la Secretaría de Educación de la Municipalidad de Buenos Aires han informado ya sobre la situación a 750 maestros quienes, a la vez, introducen en las escuelas conocimientos para dietas balanceadas a través de un programa que se llama "Nutrimundo".

TENIAN ENTRE 14 Y 18 AÑOS. LA POLICIA DICE QUE ESTABAN ROBANDO

Revelan que policías dispararon 128 tiros a 4 chicos, y 46 dieron en el blanco

El 18 de junio, en Pacheco, una comisión policial mató a cuatro chicos que supuestamente trataban de robar un almacén. El dictamen de los forenses conocido ayer dice que los cuerpos tenían en total 46 impactos de bala. Los chicos tenían 14, 15, 17 y 18 años, y ningún antecedente. Para la Policía, estaban fuertemente armados. Para las familias, fue un fusilamiento. Los agentes fueron separados de sus cargos.

Los cadáveres de los **cuatro chicos** muertos por la Policía la noche del 18 de junio en un barrio de Pacheco **tienen 46 impactos de bala**. Así lo consigna el informe forense firmado por el médico legista **Carlos Salgueiro** y por el subcomisario médico **Carlos Ramos** de la Unidad Regional XII con asiento en Tigre.

Los cuatro chicos eran **Jorge Victoriano Villafañe, Esteban Ramón Duarte, Gabriel Montovia y Roberto Méndez**. Tenían **14, 15, 17 y 18 años**, respectivamente.

La Policía dijo que un llamado los había alertado, el 18 de junio, sobre "cinco ladrones que estaban asaltando un quiosco con almacén ubicado en la calle Agua Bendita al 1300, del barrio Enrique Delfino", en Pacheco. **Los ladrones, según la Policía, llevaban máscaras y capuchas para evitar ser reconocidos.**

La comisión que llegó al lugar fue numerosa y, enseguida, los vecinos escucharon los disparos. Según las pericias balísticas en las armas de los policías, **se hicieron 128 disparos.**

Segundos después, sobre la calle de tierra, quedaban los cuerpos de los cuatro chicos. El quinto, **Eduardo David Montovia** (hermano de Gabriel) había sido llevado detenido a la comisaría de Tigre.

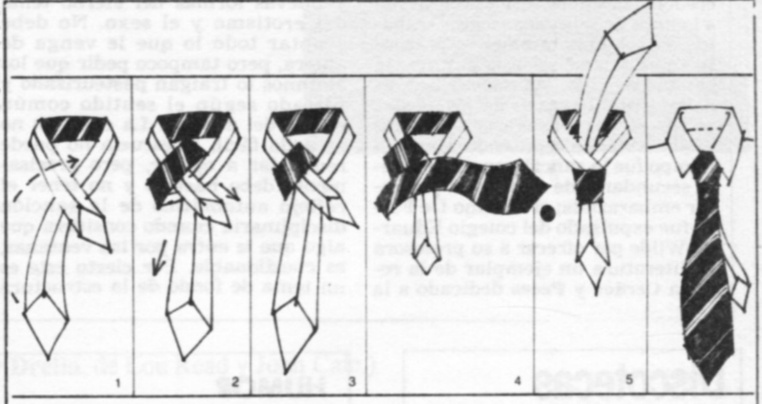


Ilustración: JORGE CADENA

UN NUDO CONTROVERSIAL

Algunos dicen que saben cómo hacerlo desde hace años, pero según otros, es la única novedad en nudos de corbatas en los últimos 50 años: el llamado nudo Shelby, cuyo secreto consiste en comenzar con la corbata al revés, y su éxito, en que el nudo no se tuerce:

1. *Comience con la corbata al revés, la parte más ancha, debajo.*
2. *Tome el extremo ancho y crúcelo por encima del [illegible].*
3. *Hale fuerte.*
4. *Cruce el extremo ancho a la derecha.*
5. *Hale el extremo ancho hacia abajo y páselo a través del nudo.*

Página/12, 27/9/91

LO MATO POR ALQUILAR UN VIDEO PORNO

En defensa de la moral del hijo

En defensa de la moral infantil no hay que andarse con chiquitas. Ese parece haber sido el pensamiento grabado a fuego que guió a un hombre de 45 años, marino retirado, que asesinó a otro de un balazo. El victimario, padre de un niño de 12 años, recriminó a la víctima el haberle alquilado al chico una película ''erótica'' o ''pornográfica''. Las versiones son contradictorias sobre el género del film que jugó en el drama el siempre inquietante rol de espíritu del mal. Un comentarista radial, frente a los hechos consumados, se preguntó qué es peor para un niño: ¿un despertar sexual apresurado o la ausencia de un padre, preso por homicidio?

Los hechos ocurrieron la noche del martes, en la zona céntrica de Lomas de Zamora. En Colombres 629 hay un video club muy concurrido. Son sus propietarios José Barano y Jorge Rodríguez. Sobre las 21, con cara de pocos amigos, se presentó un marino retirado de apellido Morales, vecino del barrio residencial, conocido por su avinagrado temperamento. Discutió acaloradamente con Rodríguez, de 30 años, acusándolo de ser responsable del contacto entre su hijo y el maldito video. La discusión, lejos de encarrilarse, se fue tornando cada vez más violenta. Morales, desafiante y vociferando insultos, los invitó a pelear tanto a Rodríguez como a Barano. Ninguno le hizo caso y agotadas las explicaciones del caso, los dueños del video se encaminaron hacia la calle, dado que había llegado la hora de cerrar el negocio.

Ya en la calle, Rodríguez hizo un último intento para encarrilar las cosas, pero Morales siguió en lo suyo. El dueño del video amagó retirarse, mientras el marino se dirigía a su automóvil, estacionado a pocos metros del lugar. Inesperadamente, Morales empuñó una pistola 9 milímetros y disparó a quemarropa contra Rodríguez. El disparo hizo impacto cerca de la oreja izquierda de la víctima, quien murió una hora más tarde, pese a los esfuerzos de un equipo médico de urgencias que se trasladó hasta el lugar y realizó una transfusión de sangre.

Los vecinos comentaron que en otra ocasión, Morales atacó a balazos a un vendedor ambulante. El hecho ocurrió a bordo de un tren del Ferrocarril Roca, en medio de un apagón repentino que interrumpió la marcha del convoy. ''Es un hombre proclive a la violencia'', explicaron quienes lo conocen. El martes, después de matar a Rodríguez, el marino se encaminó como un sonámbulo hacia un club vecinal del barrio. Después de dar intervención al juez en lo criminal de turno, Gustavo Amoroso, la policía salió con las precauciones del caso para atrapar al feroz matador. Morales, tranquilo como agua 'e pozo, se entregó sin hacer alardes. Debió interrumpir la partida de naipes que jugaba con unos amigos.

Trapitos al sol

Escribe Oscar Landi

La escuela argentina tiene un gran dilema. Si se mantiene encerrada, con pocos vasos comunicantes con la vida, terminará por petrificarse y ser definitivamente algo ajeno, aburrido y sin sentido para los que tendrían que ser sus beneficiarios, los alumnos. Si se abre a lo que pasa a su alrededor, tendrá que tomarse en serio el desafío: se va a encontrar con temas nuevos, a los que no podrá tratar con la mentalidad de siempre o con sanciones disciplinarias. Creo que el principal punto crítico de desencuentro entre escuela y sociedad es su atraso respecto de las características del mercado de trabajo actual: las credenciales que otorga poco sirven a la hora de salir a conseguir trabajo. Pero el tema también se presenta en su relación con la cultura, la calidad de vida, las nuevas necesidades y problemas de los jóvenes.

No es para exagerar, pero los casos se vienen repitiendo. Hace un tiempo fue la sanción en una escuela secundaria de una joven por estar embarazada; el alumno De Falco fue expulsado del colegio Eduardo Wilde por ofrecer a su profesora de literatura un ejemplar de la revista **Cerdos y Peces** dedicado a la poesía callejera actual y, ahora, este escándalo con el alumno Liberman. Posiblemente existan más casos de este tipo que no conocemos.

Supongamos que los jóvenes incluyeron en sus trabajos material "inquietante" con una doble intención: el problema queda planteado de todos modos. La escuela está desbordada por los medios de comunicación, fenómenos y ofertas culturales permanentes, transformaciones de la estructura de la familia, de las relaciones personales y nuevas formas del eterno tema del erotismo y el sexo. No debe aceptar todo lo que le venga de afuera, pero tampoco pedir que los alumnos lo traigan pasteurizado y filtrado según el sentido común previo del docente. La cuestión no es nada fácil, la escuela no puede renunciar a opinar, pero precisamente debe hacerlo y no tener el reflejo automático de la sanción disciplinaria cuando considera que algo que le entra por las ventanas, es cuestionable. Por cierto este es un tema de fondo de la estructura escolar, que debe seguir más de cerca, con rapidez, comprensión y astucia los nuevos tiempos.

Por su parte, es posible que cierto periodismo utilice estos hechos artificiosamente y los sobredimensione con intenciones comerciales, pero uno de los fenómenos más importantes a los que asistimos en nuestro país actualmente es el de la creciente intervención de la prensa en la información y el tratamiento de temas que hacen al control de los poderes y de los funcionarios. Los gestos de autonomía e independencia de los medios son fundamentales para la transformación en cosa pública de cuestiones que nos conciernen a todos y que quedaban en la oscuridad, sujetas a las decisiones de unos pocos. El riesgo de la exageración y del sensacionalismo es insignificante en comparación con todo lo que ganamos cuando la prensa se pone a favor del espacio público y el control republicano de los poderes.

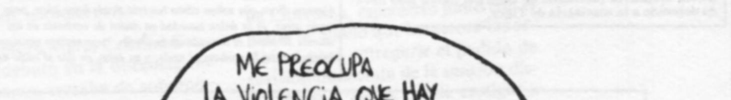
Al fin y al cabo, hay libertad de prensa y en un momento de crisis y transformaciones de envergadura como el que vivimos, cualquier hecho puede ser la señal de algo más importante.

Discotecas abiertas

El Concejo Deliberante metropolitano aprobó anoche por unanimidad de los 30 concejales presentes, la ordenanza referida al ingreso a las discotecas. Poco después de las 22 tomó cuerpo la iniciativa presentada por los concejales Héctor Constanzo (UCR) y Héctor Menéndez (PJ), que consta de siete artículos en los que en tres puntos se penaliza la discriminación por raza, sexo, religión, nacionalidad, ideología, etc., para el ingreso a los espectáculos en general.

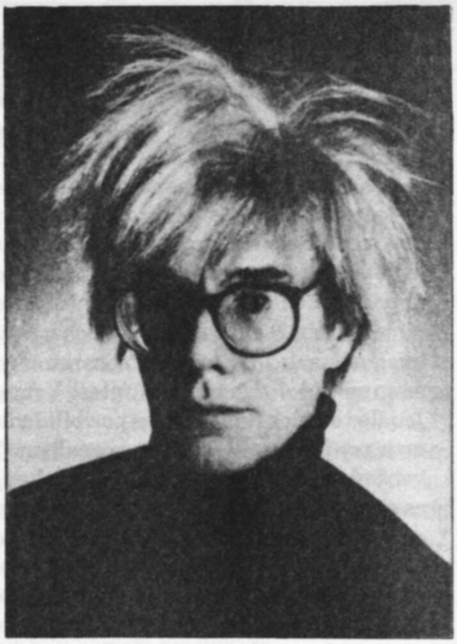
HUMOR **Por Sendra**

VENDO CUADERNOS RAYADOS PARA ESCRIBIR A LO LOCO.



AZTUFRZICDO
LECHUGATSFL
RIOILRNUCAN
OSKNSBATATA
NIDOMTHPRUB
SEAJITOMATE
APIORIRETIR
TKFGUMILOKR
SNIPAPATGSO

(13) ¿Qué verduras escondidas hay?
En la grilla se encuentran 9 verduras escondidas en horizontal y vertical.



(Leer esto escuchando Songs for Drella, de Lou Read y John Cale.)

El dispositivo o recurso formal que define el funcionamiento de los medios masivos de comunicación es el montaje. El montaje es la yuxtaposición de elementos heterogéneos. Toda la cultura del siglo XX es una cultura del montaje, una cultura de "mosaicos". Pocos artistas han comprendido tan bien como Andy Warhol el funcionamiento de esta cultura y ningún artista ha hecho una obra tan radical, y tan imponente a partir del modo de funcionamiento de los medios.

De esta manera, por otra parte, podríamos ir estableciendo criterios mínimos, en vista de una lógica de las clasificaciones, sin la cual toda estética es dependiente, y que podría mañana sernos de utilidad para poder aclararnos algo con respecto a las grandes preguntas, las más generales también, las que se hacen siempre: las preguntas que los artistas contemporáneos vienen planteando al pensamiento reflexivo. ¿Cuál es por ejemplo el límite real contra el que chocaban las búsquedas de los pintores "concretos" y cuál es su sentido? ¿Hay tales límites? Y más acá, ¿cuáles son los límites y las posibilidades del arte *pop*? ¿Hay en el "nuevo realismo" una verdadera doctrina del objeto y, si la hay, cuál es su relación con un arte que, como el *pop*, se constituye como crítica radical a todo realismo del objeto; un arte que piensa el objeto como irremediablemente mediatizado por los lenguajes? En fin, ¿cómo hay que entender esa correlación de la que hablábamos, entre el arte pop (vuelto hacia los contenidos sociales sólo a condición de dejar a la vista las características de la transmisión de esos contenidos) y el desarrollo de hecho del pensamiento contemporáneo: esa preocupacción que, como se ha dicho, logra a veces arrancar a los intelectuales de la política para volverlos hacia la investigación de los lenguajes?

Masotta, Oscar. **El pop art.**
Buenos Aires, Columba, 1969.

ARTE Y MEDIOS

En la medida en que nuestras tecnologías en proliferación han creado toda una serie de ambientes nuevos, los hombres han ido cobrando conciencia de las artes como "antiambientes" o "contraambientes" que nos proporcionan los medios para percibir el ambiente en sí.

El arte, como antiambiente, va siendo cada vez más un medio para adiestrar la percepción y el juicio. El arte, ofrecido como artículo de consumo más que como medio de adiestrar la percepción, es tan ridículo y esnob como siempre. El estudio de los medios abre, de inmediato, las puertas de la percepción. Y es aquí donde el joven puede hacer una labor de investigación en el más alto nivel. El maestro sólo tiene que invitar al estudiante a que haga un inventario lo más completo posible. Cualquier niño sabe enumerar los efectos que el teléfono, la radio y el automóvil producen en la conformación de la vida y del trabajo de sus amigos y de su sociedad. Una lista completa de los efectos producidos por los medios abre muchísimos caminos inesperados de percepción y de investigación.

Edmund Bacon, de la comisión de urbanismo de Filadelfia, descubrió que los alumnos de las escuelas podían ser investigadores y colegas inapreciables en la labor de rehacer la imagen de la ciudad. Estamos entrando en la nueva era de la educación programada para el descubrimiento más bien que para la instrucción.

McLuhan, Marshall.
La comprensión de los medios.
México, Diana, 1969.

POP*
KITSH*
CAMP*

¡Finaliza el Capítulo 4!

Luego de la actuación de los centenares de artistas que enmarcaron la presentación del capítulo 4 de ***El pequeño COMUNICOLOGO (¿ilustrado?)***, el Prof. Link agradeció desde Madrid a todos los docentes, jóvenes y padres que se dieron cita en los dos gigantescos estadios, así como a sus amigos y compañeros de trabajo. Mientras Mick Jagger cantaba a dúo con David Bowie un tema de Charlie García, la multitud pedía más y más actividades "para aprenderlo todo". "No se va, el cuatro no se va", cantaban miles de gargantas enfebrecidas.

Cuando todo parecía tocar a su fin y B. B. King cantaba a capella la última canción programada para el acto, el Prof. Link volvió a salir al escenario para brindar a toda la concurrencia una serie de actividades. "Gracias Madrid y Caracas, gracias Europa y América —dijo—, los amo a todos", mientras cientos de miles de hojas con más consignas caían sobre la multitud desde un helicóptero, junto con folletos de ***El pequeño ¿semiólogo? ilustrado*** (de próxima aparición).

A continuación reproducimos las más interesantes de esas actividades.

(14) **Montaje, 1.** Armar una noticia falsa usando títulos y textos tomados de los diarios.

(15) **Montaje, 2.** Escribir un cuento breve usando las palabras de una crónica periodística cualquiera. Se pueden agregar como mucho veinte palabras que no estén en la crónica.

(16) **Montaje, 3.** Analizar las páginas de este capítulo y descubrir efectos de sentido producidos por el montaje.

- (16a) Cambiar un texto o una imagen de modo de producir un nuevo efecto en alguna de las páginas de este capítulo.

(17) **Montaje, 4.** Hacer un collage con fotos de revistas.

- (17a) Armar un aviso publicitario de un producto imaginario.
- (17b) Juntar afiches callejeros y pegarlos unos sobre otros (con engrudo, ¿eh?). Después proceder a despegar pedacitos. Esto se llama **décollage.**
- (17c) Analizar un editorial de diario y sacarle las palabras que haga falta para que **cambie el sentido**, la posición del editorialista.

(18) Investigar la obra de Andy Warhol. Pedir al profesor de plástica información sobre las artes visuales del '60 en adelante.

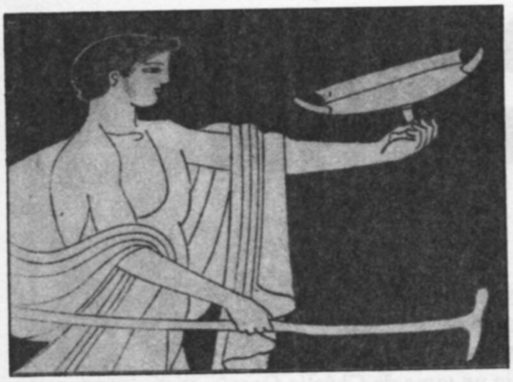
(19) Determinar qué epígrafe (texto) corresponde a cada una de las fotos que se reproducen en la página siguiente:

1. Magritte, **El modelo rojo de 1935**, Statens Konstmuseer, Estocolmo.
2. Detalle de un ánfora ática (foto: cortesía del Museo Británico).
3. Henry James: retrato de J. S. Sargent, National Portrait Gallery.
4. "El niño es padre del hombre" (Wordsworth).

- (19a) Buscar fotos y colocarles un epígrafe humorístico o que produzca un efecto humorístico al ser contrastado con la foto.
- (19b) Inventar una página de diario para cada una de las fotos (las que están aquí y las que vos trajiste).

(20) Elegir una foto cualquiera y usarla como ilustración de tapa de un libro que **vos vas a armar.** Determinar todos los elementos que integran tapa y contratapa de un libro. Hacer también el índice y las páginas preliminares. Armar la tapa en cartulina y forrar un libro cualquiera.

- (20a) Pasar el libro armado a otro equipo: cada uno de los integrantes tiene que escribir una página del libro que le tocó (este *juego* me lo enseñó Analía Reale).



Diarios y Revistas

5.1. Géneros y estilos periodísticos

A continuación vas a encontrar un texto que indica todo lo que uno hace cuando lee un diario.

(1) Leé con atención el texto y discutilo con tu profe.

A

La página se trata como un conjunto cuyos elementos son los artículos. Un título dominante lo define.

En el nivel de la forma de expresión, el conjunto presenta una oposición (el elemento de discriminación es el cuerpo de la tipografía) entre títulos y cuerpos de artículos.

Se puede distinguir entre Títulos (que dominan el artículo) y subtítulos (integrados al artículo).

La página está dividida en columnas (blancos verticales); las columnas están separadas por los artículos. Esta segunda división está marcada (a veces) por barras horizontales y verticales. Cierran el artículo sobre sí mismo como un todo.

La separación de artículos instaura su autonomía, no su independencia.

La puesta en relación de titulares entre sí permite una lectura de la página. Es de tipo espacial y no sólo lineal: descansa en la confrontación de enunciados diseminados en una superficie y que se reagrupan en diversos subconjuntos.

La lectura preconizada es la de la superficie, "lectura espacial". Es en primer lugar una decodificación de cadenas de grafemas, según una linealidad orientada. Opera tanto para el cuerpo de los artículos cuanto para los titulares. Se vuelve espacial, y rompe con las reglas de la decodificación lineal, cuando lleva de un titular situado en lo alto de la página a la derecha hacia otro titular situado abajo a la izquierda, por ejemplo. Opera por "barrido" de la superficie escritural, es en consecuencia "espacial".

B

La página de diario (o la doble página) es una unidad, sobre la cual dos tipos de lectura (por lo menos) son posibles. Lectura de titulares y lectura de artículos.

La lectura de titulares se organiza por "pistas", de título a título y/o a subtítulos no sólo sobre el espacio de un artículo, sino de la página en su totalidad.

Las diferentes pistas, por el trazado, permiten formular significaciones, donde las connotaciones sociopolíticas son a menudo mayoritarias.

Esta lectura se opone por su procedimiento de "barrido" a la lectura del cuerpo del artículo: esta decodificación de tipo espacial está marcada por una cierta rapidez (se recorre la página, el diario) y un aparente desorden: de abajo arriba, de izquierda a derecha, en línea oblicua... La decodificación lineal del cuerpo del artículo es necesariamente lenta y ordenada.

La lectura espacial es complementaria de una grafía especializada. En el nivel de la codificación, el titular tiende a cortarse, en el sentido de una verticalización. Es la especialización cuyas consecuencias son visibles en el plano de la sintaxis del título.

La lectura de titulares tiende a volver sobre sí misma. Puede también preparar la lectura del curso del artículo y orientar hacia ésta la lectura.

Adaptación de Jean Peytard,
"Lecture(s) d'une aire scripturale: la page de journal",
Langue Française, 28, 1975.

(2) Señalá por lo menos diez diferencias entre diarios y revistas. Presentá la información en un cuadro, jerarquizando desde lo más general hasta lo más particular.

Desde el punto de vista de nuestro trabajo vamos a considerar a diarios y revistas como variedades del periodismo gráfico, teniendo en cuenta las diferencias que vos señalaste.

(3) Revisá en los capítulos anteriores todo lo que te parezca pertinente para plantear respecto del periodismo gráfico.

(4) Hojeá con tus compañeros un diario cualquiera y señalá cuáles son los **géneros*** periodísticos más frecuentes:

______________________________ ______________________________

(5) **El juego de las diferencias.** A continuación vas a encontrar dos textos. Entre uno y otro hay siete diferencias. Rápido, rápido: ¿serías capaz de hacer una lista con las diferencias? Te doy una ayuda.

EL SIDA SE HA COBRADO SU PRIMERA VICTIMA MENDOCINA

Víctima del SIDA, falleció en Mendoza, de donde era oriundo, un hombre de 39 años, primero en la provincia en caer bajo el implacable mal. Esa persona, que desde la adolescencia vivía angustiadamente su condición de homosexual, trató de alejarse del problema radicándose a los 21 años en Estados Unidos. Pero una vez allí se incorporó al movimiento "gay", viviendo una existencia irregular y promiscua que determinó su grave deterioro físico. Sus familiares quisieron rescatarlo haciéndolo retornar al país.

Un homosexual mendocino de 39 años, cuyo nombre no trascendió, murió hace dos meses como consecuencia de haber sido víctima del Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida, convirtiéndose así en el primer habitante de esa provincia víctima del SIDA, informó en las últimas horas de ayer el psiquiatra que lo atendió por lo menos en dos oportunidades.

El matutino local Mendoza, que consigna la información en su edición de la víspera, reconstruye la azarosa vida de este hombre, fallecido tras un prolongado padecimiento como consecuencia de una enfermedad que, según aseveraciones del experto William Haseltine, de la Universidad de Harvard, afecta a cerca de un millón de estadounidenses.

Señala el reporte que el enfermo vivía en Mendoza su homosexualidad de manera muy difícil. La condena del medio local impedía que este hombre, siendo casi un adolescente, pudiera desarrollar su existencia con su asumida patología y por ello fue que a los 21 años decidió viajar a Estados Unidos en busca, quizá, de tranquilidad y también de comprensión.

Pero la noche de Nueva York no tardó en atraparlo y comenzó a desenvolverse en ese medio de manera promiscua. A poco de instalarse en el lugar, conoció al propietario de una boite para homosexuales y constituye pareja con él, convirtiéndose así en manager del negocio.

Personalidad

El informe aclara que "la especial característica de la personalidad de este ciudadano lo empu-

ja a continuar manteniendo simultáneamente relaciones con otros homosexuales", y destaca que la víctima fue un activo integrante del movimiento "gay" estadounidense", como pudo establecerse que había asumido asimismo su homosexualidad como algo sumamente natural en su personalidad, "tanto como un músico evidencia su pasión por la música".

Subraya que "los primeros síntomas de la enfermedad (puede manifestarse con cuadros clínicos como pulmonar con disnea, hipoxemia, dolores torácicos, etc.) se comenzaron a presentar en el homosexual mendocino y paulatinamente su estado de salud se fue deteriorando. La situación se tornó gravísima y es ahí donde la familia decide viajar a Estados Unidos para retornar a Mendoza al enfermo para su restablecimiento".

El cuadro clínico que presentaba, prosigue, era desalentador. Reiteradas enfermedades venéreas, signos concretos de tuberculosis aviaria (enfermedad típica de las aves y muy rara en los seres humanos). El enfermo era presa fácil de alta fiebre y de continuas y casi incontrolables diarreas, convirtiendo su estado en gravísimo y obligándolo a permanecer en cama mientras estuvo intentando su recuperación.

Desconocimiento oficial

El subsecretario de Salud Pública de Mendoza, Norberto Doti, aseguró anoche, a última hora, que "no se tiene registrado en forma oficial ningún caso de SIDA en la provincia", y advirtió que se trata de "una enfermedad de declaración obligatoria".

Manifestó Doti que sobre la primera víctima mendocina del SIDA conocida ayer, solamente se ha tenido conocimiento "por la publicación del matutino Mendoza", y destacó al respecto que "no se ha podido confirmar la veracidad de esa información ni tampoco conocer al profesional, que según esa publicación atendió al supuesto paciente".

SIDA: informar es prevenir

MIENTRAS en la mayor parte del mundo las campañas de prevención contra el SIDA llevan ya años de continuidad e insistencia, nuestro país aguarda aún el lanzamiento de su primera campaña oficial. Esta demora se conjuga con las estadísticas que confirman el avance del mal y sus preocupantes proyecciones para configurar una situación de alto riesgo.

Después de muchas postergaciones y anuncios sin consecuencias, sin que faltara dos años atrás una reclamación de la Organización Mundial de la Salud por el destino de fondos destinados a realizar precisamente ese tipo de campañas, el ministro de Salud y Acción Social, Avelino Porto, aseguró que en las próximas semanas se concretarán las acciones previstas. Será inicialmente, añadió, una campaña de esclarecimiento y de toma de conciencia por parte de la población de lo que es el SIDA.

La necesidad urgente e imperiosa de esa toma de conciencia acaba de ser señalada precisamente por la Iglesia Católica. En un documento de la Comisión Permanente del Episcopado Argentino se disipan las confusiones que en cierto momento surgieron en torno a su posición. La Iglesia tiene valores espirituales y morales propios que defender y que no pueden, por supuesto, ser dejados de lado ante ninguna contingencia. Por ser el contacto sexual una de las vías principales de contagio del SIDA, es evidente que se entrecruzan temas y problemas que van más allá de los aspectos puramente médicos y técnicos.

La recomendación de utilizar preservativos para disminuir las probabilidades de contagio, ingrediente fundamental de las campañas de prevención que se realizan en el mundo con auspicio y orientación de la OMS, no puede ser aceptada sin más, evidentemente, por la Iglesia. Este aspecto, sin embargo, no hace al fondo del asunto ni puede entorpecer su abordaje en la escala que el mal requiere y con el instrumento más eficaz por ahora utilizable: la información.

Hasta que la ciencia pueda ofrecer medicamentos o vacunas de efectividad comprobada, el terrible flagelo de esta última parte del siglo XX solo puede ser enfrentado con resultados útiles mediante el esclarecimiento y la toma de conciencia.

La Iglesia argentina hace ahora suyos esos objetivos y recuerda que "cada día hay más información sobre esta enfermedad tan extendida; gracias a Dios los descubrimientos científicos progresan constantemente". Difundir los conocimientos acumulados es, por lo tanto, debido y perentorio, por parte de las familias, los educadores, los gobernantes, los responsables del poder económico, los científicos e investigadores y los medios de comunicación.

El documento episcopal exhorta asimismo a comprender y acompañar en su sufrimiento a los aquejados por el mal, como parte de la acción preferencial hacia los pobres, débiles y sufrientes. Es decir, rechaza absolutamente la guetización, la discriminación y los prejuicios contra quienes contrajeron o puedan contraer una enfermedad que ya no tiene grupos especiales de riesgo y se está difundiendo peligrosamente por todos los ámbitos sociales.

El síndrome de inmunodeficiencia adquirida es provocado por un virus y las vías principales de contagio son la sangre y el semen. El primero de dichos elementos abre un campo potencial de riesgo de gran amplitud y difícil control. Saber cuáles son las circunstancias y las características que propician el contagio es estar en condiciones de prevenir o disminuir enérgicamente las probabilidades de contraer la enfermedad.

Para ello, como ahora lo recuerda la Iglesia, hay que ponerse a trabajar sin desmayo, cada uno en su esfera y según sus capacidades y convicciones, sin renunciar a los valores propios. El Episcopado lanzará su campaña particular, priorizando los valores de la vida y del amor cristianamente entendidos, integrando en este mensaje los conocimientos aportados por la ciencia.

La campaña oficial debe utilizar esos mismos conocimientos para crear un estado de conciencia colectiva que impida, al menos, la contracción del mal por ignorancia. Al mismo tiempo, debe ilustrar sobre los métodos y consejos indicados por los organismos internacionales, sin interferir con los principios éticos y religiosos de los ciudadanos. Toda contraposición en este terreno es falsa y contraproducente. Lo importante es no perder un minuto más y permitir que la Argentina se recupere de un retraso imperdonable e inadmisible ante una enfermedad que, como otros grandes males del presente, tiende a propagarse en las áreas de la sociedad desgastadas por la pobreza y la ignorancia.

1. **El primer texto salió el 10/8/85 en *Clarín*; el segundo, el 23/9/91 en el mismo diario.**

2. ______________________________

3. ______________________________

4. ______________________________

5. ______________________________

6. ______________________________

7. ______________________________

El editorial y el comentario son géneros periodísticos **argumentativos**; la crónica y la reseña son géneros **narrativos**. En el primer caso se desarrollan ideas. En el segundo se cuentan acciones o procesos.

(6) **Teniendo en cuenta la siguiente cadena de palabras, escribí una crónica periodística o un editorial. Tenés que usar todas las palabras de la lista y en el orden en el que aparecen:**

denuncia - escándalo - bebés - conejillos - experimentación - vómitos - ilegal - alimentos - gobierno - licitación - irregularidades - "cobayos" - guarderías - vicepresidenta - admitió - ministro - sentenció - Brasil.

(7) A continuación vas a encontrar un recorte tomado del suplemento publicado en ***Página/12*** (7/6/91) por la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA).

No es necesario esperar la gran conflagración mundial para temer por nuestras vidas. Los periodistas, como testigos molestos de una realidad que suma calamidades y responsables de esas calamidades;sabemos que la vida y la muerte pueden andar juntas. Tan cerca una de la otra según el compromiso que se asuma a la hora de dar testimonio de esas calamidades y de sus responsables.

En Paraguay matan a Santiago Leguizamón de Radio Ñandutí por denunciar la corrupción. En Bogotá asesinan a Daniel Chaparro y Jorge Torres Navas por iniciar una investigación en procura de dar con los orígenes de la violencia en la ciudad de Segovia. Gad Gross, fotógrafo alemán, corresponsal de la revista *Newsweek* cae asesinado durante la rebelión kurda en Irak y la noticia la da Frank Smith de la CBS, luego de ser liberado, tras dieciocho días de secuestro en Bagdad.

En Panamá, mientras tanto, crecen las amenazas a periodistas que revelan los alcances del nuevo país después de la invasión norteamericana. Aquí y allá los peligros, la censura, la persecución, la muerte, el tráfico de armas, el narcotráfico, el juego de intereses poderosos en las trastiendas del poder. Entonces, nada mejor que el silencio o la complicidad. Nada de testigos que se comuniquen con la sociedad, que le comuniquen a la sociedad de qué se trata.

Aquí, Fernando Carnotta baleado en el levantamiento militar del último diciembre. Allá, el asesinato de Diana Turbay en Colombia y la lista de periodistas muertos que crece en Perú. El año 1990 cerró con treinta periodistas asesinados en distintos lugares del mundo y con más de mil casos de agresiones, tal cual lo refleja el registro de diferentes organizaciones internacionales de prensa con sede en Estados Unidos, Europa y Latinoamérica.

Aquí, agresiones a periodistas de Noticias Argentinas que registraban a Suárez Mason en el Hospital Militar: Marcelo Apra, Esteban Mac Allister. Un detonador en la planta del diario *Clarín*, otro en la de *Página/12*, persecución y ataque contra el reportero gráfico Carlos Brigo, de *Crónica*, por fotografiar un operativo policial; atropello a la libertad de profesión de periodistas que cubrieron el caso de María Soledad Morales, en Catamarca: Mario Paganetti, Fany Mandelbaum, Laly Cobas, Carlos Bairo, Julio César Caram, Eduardo Feimann. Proceso a cuatro periodistas por publicar opiniones que no les pertenecían pero que a alguien, en algún lugar, molestaban: Carlos Juvenal, Anahí Abeledo, Rogelio García Lupo, Alicia Entel.

Aquí, agresión a Jorge Greco de *Somos* y silencio para Liliana López Foresi de Canal 13. Aquí, en medio de una confrontación sin igual entre los dueños de los medios de comunicación, el COMFER decretó la desaparición de las FM de baja potencia a partir de las cuales la participación de los ciudadanos de barrios enteros era un hecho real. La sociedad debe abrumarse de anuncios publicitarios y de escandaletes, pero cuidado con avanzar un paso de más.

Aquella única visión de los peligros a los que se expone el periodista ante una situación de "guerra declarada" no basta para abarcar los múltiples riesgos de la profesión en la actividad cotidiana. Lo cotidiano se convierte —sin misiles ni partes de guerra de por medio— en trampa mortal, según se encare el ejercicio ético de la actividad periodística con responsabilidad social.

A la Argentina de nuestros días, prolifera en corrupciones, acaba de sumarse el narcotráfico y el desembarco de personajes dedicados al lavado de narcodólares. ¿Hasta dónde podrá incursionar la prensa libre y realmente democrática sin ser acribillada, perseguida y censurada? Hasta la verdad, nos contestamos. Sin la ingenuidad de creer que hay balas perdidas o que las peores cosas sólo pasan en la guerra.

(7a) ¿Se parece más a una crónica o a un editorial?

____

(7b) Ponele un título a la nota.

(8) **Investigación.** Durante una semana entera comprá un diario y fijate qué secciones aparecen y qué suplementos tiene cada día. Completá el siguiente cuadro agregando las páginas que necesites:

Diario: ______________	LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
Economía (suple)							✓
Medios (sección)					✓		
______________							
______________							
______________							

(8a) Después, con todos tus compañeros, armá un cuadro que resuma toda la información. El cuadro puede tener el siguiente diseño o cualquier otro que te parezca:

Suple o Sección	LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
Deportes (suple)	Clarín Nación						
Cultura (suple)				Clarín			Cronista
______________							
______________							

(8b) Señalá en qué diarios y en qué secciones o suplementos pueden haber salido los siguientes textos:

....

5/5 **Alumno:** .... **Curso:** ....**Hoja:** ....

El gas aumenta entre 14 y 18%

SE APLICA DESDE AYER DEBIDO AL IMPUESTO ADICIONAL CREADO POR LA REFORMA A LA LEY DE JUBILACIONES

(INFORMACION EN LA PAGINA DIECINUEVE)

SOLO LA UNIDAD SOCIALISTA ESCAPO A LA DEBACLE

Mazazo de las urnas sobre los partidos de izquierda

La izquierda sufrió un duro traspié en los comicios del domingo. Ni el Movimiento al Socialismo ni el Partido Comunista lograron cargo electivo alguno. En cambio, la Unidad Socialista —alianza de centroizquierda— obtuvo en la Capital un diputado nacional y dos concejales, y en Santa Fe salió reelecto el intendente de Rosario. Para la principal figura del PC local, la situación internacional y la coyuntura nacional "fueron muy dañinas" para el partido. Patricio Echegaray le contestó al presidente Menem, al asegurar que el PC "no desaparecerá". Alfredo Bravo, el flamante diputado socialista, en cambio, justificó su campaña en los permanentes contactos en los distintos barrios capitalinos.

El resultado de las elecciones arroja una certeza: la izquierda recibió un **mazazo**, retrocedió en todo el país. En cambio, la **Unidad Socialista** —alianza de centroizquierda— **festeja** su buena actuación en la Capital, donde obtuvo un diputado nacional y dos concejales. Y en la provincia de Santa Fe volvió a ganar la intendencia de Rosario y sacó el 8,58 de los sufragios para gobernador.

Para el trotskista **Movimiento al Socialismo**, "el peronismo logró atraer millones de votos con el argumento de la estabilidad". **Fernando Fragosa**, miembro de la dirección nacional del MAS, entiende sin enbargo que la ruptura de la alianza con el **Partido Comunista** no afectó las posibilidades de la izquierda, "al contrario, creemos que hubiese sido peor".

Fragosa restó importancia al **duro debate interno** que anima a este partido y si bien estima que se "salió tarde" a hacer la campaña, cree que el resultado final hubiera sido similar.

El secretario general del PC, **Patricio Echegaray**, considera que la "coyuntura nacional e internacional fue **muy dañina** para el Partido Comunista", y como contrapartida "favoreció el accionar del Gobierno que, a falta de alternativa, supo esgrimir el caballito de la estabilidad".

Cree que el "pueblo va a resistir el ajuste salvaje" y que fue fundamental para la "**baja performance, la desunión de la izquierda**", exactamente lo contrario de lo que supone el MAS. Echegaray le contestó además a **Carlos Menem**: "El Partido Comunista no va a desaparecer, **ni vamos a cambiar de nombre**".

Alfredo Bravo, diputado electo por la Unidad Socialista, **estaba**, en cambio, exultante. "No es de uno o dos meses que la US ha ganado la calle. Desde octubre pasado hemos mantenido entrevistas con las entidades intermedias, las sociedades de fomento. No es casualidad que hayamos sacado más votos en Lugano, Mataderos, Saavedra y Villa Urquiza".

La Unidad Socialista logró al apoyo de la intelectualidad de izquierda de la Capital pero consiguió también que radicales y peronistas **despechados** lo respaldaran. Esta vez el **voto útil**, como lo llaman los técnicos, jugó en favor de los socialistas que ganaron dos concejales: **Ernesto Jaimovich y Raúl Puy**. Y por sólo **6.000 votos** no pudo ubicar al tercero, **Jorge Tula**.

Pese a que sólo obtuvo el 3,74 % de los votos, el sector del peronismo disidente que impulsó junto a otros grupos el **Frente por la Democracia y la Justicia Social** de la Capital, se declaraba satisfecho (ver más información en página 18). No pudieron colocar, como se habían propuesto, a **Graciela Fernández Meijide** en la Cámara de Diputados y solo arrrimaron al ex fiscal **Aníbal Ibarra** a una banca de concejal.

Si el Fredejuso y la Unidad Socialista hubieran ido juntos —a punto estuvieron de concertar una alianza— también Fernandez Meijide sería diputada electa. Y si los otros dos frentes de centroizquierda (el de **Simón Lázara** y el de **Norman Brisky**, vocero de otra parte de la disidencia peronista) también se hubieran unido (los cuatro sumaron el **13,20 por ciento**) hasta podrían haber sido **3 los legisladores electos**, porque el voto se hubiera potenciado aseguran los encuestadores.

♦ Salvarse del velatorio

En Buenos Aires ni la **Unidad Socialista** ni el **Frejuso de Oscar Alende** estuvieron a lo altura de lo esperado. "Nos podemos salvar del velatorio si sale reelecto el diputado **Darío Alesandro**", confesó a **Clarín** el diputado de los Ocho, **Carlos "Chacho" Alvarez**.

Pueden salvarse del velatorio, pero no de una **profunda autocrítica** los integrantes del **Partido Intransigente, el Socialismo Auténtico** y el **Grupo de los Ocho** que, hasta ayer, no atinaban a explicarse el fracaso electoral. Como sucede con los boxeadores, recibieron un **golpe fuerte en el plexo** y todavía están sin aliento.

En Santa Fe, el lema **Honestidad y Trabajo**, integrado por la Unidad Socialista y el **Latorrismo**, si bien no hizo la elección que esperaban para gobernador y vice, volvió a ganar en Rosario y suponen que harán un buen comicio cuando se elijan los diputados nacionales. No obstante ya tienen un triunfador **Héctor Cavallero**, intendente de la segunda ciudad del país.

EL ROMANCE DE LOS SOVIETICOS Y LOS GRANOS

Es un hábito occidental acusar de los crónicos problemas alimentarios que padece la Unión Soviética a su sistema económico. Sin duda que la falta de incentivos individuales no ha podido ser sustituida por otros mecanismos, y que la colectivización de la tierra y la planificación centralizada no brindaron los frutos esperados en el ámbito agrícola. Pero debe reconocerse que, además, la URSS tiene un clima que los propios norteamericanos, los agricultores más eficientes del mundo, califican de **imposible** para la producción de granos.

La conjunción de ambos elementos determinó que el campo fuese el persistente **talón de Aquiles** de la economía soviética. La necesidad de mejorar cuali y cuantitativamente la alimentación de su pueblo, generó la mejor oportunidad de negocios para los países agrícolas.

Desde hace dos décadas la URSS es el princpal protagonista del mercado internacional de granos. Su primera gran irrupción fue en 1973, con el recordado **Gran robo** de cereales. La CIA estrenaba sus satélites espías con un ruidoso error de estimación. Mientras la sequía diezmaba los cultivos en más de 100 millones de hectáreas, los soviéticos adquirían calladamente 20 millones de toneladas de granos en el mercado americano. Cuando los de la CIA le avisaron a los "muchachos" del Departamento de Agricultura (como los llama David Lacroze), ya era tarde. Los precios se fueron a las nubes, con el trigo pisando los 400 dólares por tonelada. Los rusos habían comprado a 200 dólares. Pero no les alcanzó.

Desde entonces, los mercados de commodities se menean al compás del oso panda.

Cosas de porteños

Los dichos de mi mamá

Mi mamá tenía expresiones muy personales. Y un modo gárrulo de decirlas. De la mayoría de ellas no he sabido el origen. O el sentido exacto. Pero me suenan bien. Como incrustaciones preciosas en un nácar. *Salió el sol por Antequera*. Cuando sucedía lo imprevisto. Nunca he sabido qué peculiaridad tenía la ciudad de Antequera al respecto. De una mujer fácil decía que era de las de *tocame Roque*. (Se llaman mujeres fáciles a las que suelen ponernos en situaciones difíciles.) Pero he tenido una vaga envidia al tal Roque. A quien las mujeres le pedían que las tocara. Según parece. De alguien que se encotraba en mala situación económica decía *está a la cuarta pregunta*. Y luego he sabido en qué consistía la fatal pregunta. Por haberme hallado muchas veces a la cuarta pregunta. Los que estaban a la cuarta pregunta eran los mismos que andaban *de la cuarta al pértigo*. De un tipo insignificante decía *es un cualquiera de corbata*. Los cobradores eran sin excepción *los ingleses*. Premonición histórica. O intuición femenina. De algo embrollado: *es un Cafarnaum*. Al despedirnos de noche: *que sueñes con los angelitos*. Ya viejo lo he tratado. Pero no es fácil. Y no por falta de angelitos. Sino por falta de sueño.

Piolín de Macrame

The New York Times y sus nuevos proyectos

The New York Times publicará próximamente dos suplementos de publicidad dedicados a la Argentina: uno referido al mercado de capitales y otro concebido como apoyo publicitario a la visita del presidente Menem a los Estados Unidos.

Así lo comentaron, en una visita de cortesía a LA NACION, los señores Basil Bicknell, director general de Publicidad Internacional de The New York Times, y Frank M. Squires, gerente del área americana de Publicidad de esa publicación.

Fueron acompañados por los señores Fernando Resuche y Rodolfo Jardón, de Diagram S.A. de Publicidad, compañía que ha asumido la representación comercial de The New York Times en la Argentina, Bolivia, Paraguay, Uruguay y Perú y que ya realizó tres suplementos internacionales para el diario neoyorquino.

Los recibió el gerente de Ventas de LA NACION, licenciado Juan de Alzaga, con quien conversaron sobre la expansión de ese periódico.

Bicknell señaló que The New York Times ha invertido 440 millones de dólares en su nueva planta impresora, ubicada en Nueva Jersey. Ocupa el espacio de 20 canchas de fútbol americano y es operada por robots. Se trata de la más moderna planta impresora del mundo.

A principios de 1992, el diario comenzará a editar sus secciones dominicales en color. La "vieja dama de gris", como se lo ha llamado, pasará a ser una vieja dama colorida, bromeó.

La circulación no cesó de crecer en los últimos diez años y actualmente llega a 1.100.000 ejemplares los días de semana y a 1.700.000 los domingos. Hace nueve años se empezó a imprimir el diario por satélite en diversas plantas ubicadas en Florida, California, Georgia, Illinois y Ohio, entre otros estados.

TEENAGE MUTANT NINJA TURTLES
DESPEDIDA DEL LUNA PARK
HOY Y MAÑANA, 15:00 Y 18:00 HS

La era del diseño

...to: David Landesman (C y T) *Fotos: C y T*

Los programas especiales aplicados al diseño por computadoras están revolucionando los parámetros de fabricación en los países más avanzados del mundo. El sistema permite conocer al detalle el producto y corregir todas sus posibles fallas antes de que la idea abandone la pantalla. Aquí un trabajo argentino que vale como ejemplo.

En los últimos tiempos, hablar de autos para discapacitados en la Argentina conlleva una incómoda carga que linda con lo delictivo. **Sin embargo, más allá de la ilegal importación de autos de lujo, los vehículos especialmente adaptados constituyen una solución para la movilidad de un significativo sector de la población.**

En este sentido apunta el trabajo de **Ariel Lerer y Mariano Teubal**, dos jóvenes diseñadores industriales de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires, quienes bajo la dirección del profesor **Mario Mariño** tratan de plasmar en las pantallas de sus computadoras **el diseño del primer auto para discapacitados íntegramente producido en nuestro país.**

Este proyecto, además de su originalidad, importancia social y la puesta en práctica de un sofisticado sistema de diseño por ordenador, **se caracteriza por constituir un nuevo factor de unión entre los sectores académico y empresarial: materia gris e infraestructura, unidas al servicio de un emprendimiento de avanzada.**

¿Cómo será el auto?

La principal característica del vehículo, cuyo prototipo se pretende **esté terminado en el curso del año que viene,** es que ha sido pensado **a partir del discapacitado.**

Esto significa que, a diferencia de los autos de este tipo que hoy circulan por las calles, no fue pensado como una adaptación de un modelo ya existente sino que su diseño está siendo elaborado especialmente.

"El discapacitado podrá ingresar y salir del auto con su silla de ruedas, sin requerir la ayuda de otra persona. Esta ventaja operativa se traduce en que el usuario podrá trasladarse de un sitio a otro con una absoluta independencia operativa", comenta el diseñador industrial Mario Mariño, director del proyecto.

Pero esto no es todo. **También contará con sistemas de fijación de la silla al vehículo que darán una máxima garantía de integración y seguridad.** Estos dispositivos implican una alta dosis de confiabilidad en las calles y avenidas de la ciudad e incluso en la ruta.

Además, se ha pensado un sistema de comando adaptado para aquellas personas con poca capacidad prensil en las manos. Para ellos, manejar un auto será igual a conducir una silla de ruedas eléctrica.

Adaptar el auto al discapacitado, esa es la idea. **Y no obligar al discapacitado a adaptarse a un auto que no ha sido pensado para él.**

La hora de las computadoras

Hace ya algunos años que los tradicionales tableros de madera de diseñadores gráficos e industriales han sido remplazados por computadoras. El desarrollo de distintos sistemas de diseño ha ayudado a disminuir considerablemente el tiempo y los gastos necesarios para llevar a cabo un proyecto. Pero pocos, o ninguno, como **CATIA,** el programa con que está siendo elaborado el auto para discapacitados.

Inicialmente utilizado por una empresa francesa dedicada a la construcción de aviones, este sistema se difundió más tarde hacia otras áreas del diseño industrial, incluyendo la industria automotriz.

Se trata de un sistema elaborado específicamente para el diseño de productos industriales, y resulta una herramienta invalorable para que los planos y la producción de un nuevo producto se hagan más fáciles y menos costosos.

En el pasado un diseñador debía quemarse las pestañas, y su columna vertebral, sobre enormes y complicados planos. Más adelante, los sistemas informáticos lo ayudaron en su tarea de crear un producto, el cual después debía ser construido y probado. Con los más recientes programas, el modelo no solo es diseñado en pantalla, **sino que también pueden ser observadas en el ordenador las distintas variables que serán esenciales para el funcionamiento del vehículo, cuando las imágenes computadas se transformen en verdaderos rodados.** Esto implica que, una vez que se proceda a su construcción, su calidad estará garantizada. De este modo se ahorra tiempo y dinero.

"Con este sistema tenemos una posibilidad que ningún otro nos brinda: la capacidad de rotar el auto en pantalla, lo que nos permite ver en forma tridimensional cómo va quedando el modelo", se entusiasman a dúo Lerer y Teubal.

Además, se puede elaborar una **"maqueta electrónica"** del auto, gracias a lo cual se puede tener una idea acabada de lo que resultará al final del proceso industrial. Otro factor de importancia **es su capacidad de simular movimiento.** Esto significa que el diseñador puede ver en la pantalla de su computadora lo que ocurre con el auto en marcha.

"Lo más interesante es que no hay que construir ni el motor ni ninguna otra parte para ver si funciona. La máquina verifica si su andar es correcto o no. Al llegar el momento de la producción, es seguro que va a andar bien", comentan.

El actual estado del proyecto encuentra a los informatizados diseñadores en el momento previo a la construcción de una maqueta de arcilla en tamaño natural, con vistas a la fabricación del primer prototipo durante 1992.

En cuanto al diseño por ordenador, esto no es todo. Próximamente, la escena computacional contará con la participación de una imagen electrónica de un hombre en silla de ruedas. Esto permitirá observar hasta los últimos detalles el comportamiento del vehículo, una vez incorporada la consideración del factor más importante: el factor humano.

....

Las nuevas reglas que se probarán

En el Mundial Sub-17, que se jugará en Italia entre el 16 y 31 del actual, la FIFA introdujo dos variantes importantes en las reglas de juego. Una relacionada con el offside y la otra pena la entrega deliberada de los defensores a los arqueros. El objetivo, según la FIFA, es tratar de que el juego sea más atractivo y evitar la pérdida de tiempo por los arqueros y desterrar las tácticas defensivas.

• **Fuera de juego:** no habrá offside hasta la altura del área grande. Se prolongará una línea desde el área hasta los laterales para establecer la demarcación.

La reglamentación establece: "Las líneas tiradas actualmente paralelas con la líneas de gol a una distancia de 16,5 m desde las líneas de gol, deberán alargarse en una línea recta hasta que toquen las líneas de banda de cada lado del terreno de juego.

Un jugador no deberá ser declarado fuera de juego por el árbitro si en el momento en que el balón le es pasado por uno de sus compañeros, se halla a más de 16,5 m de la línea de gol opuesta."

• **Faltas e incorrecciones:** los jugadores no podrán pasarles la pelota deliberadamente a los arqueros; en caso de que lo hagan, estos deberán jugar la pelota con los pies y no con las manos; si la toman se los sancionará con un tiro libre indirecto.

La regla establece: "En cada ocasión que un jugador pase el balón deliberadamente a su arquero, el arquero no debe tocar el balón con las manos. En el caso en que el guardameta toque el balón con las manos en estas circunstancias, entonces será sancionado con un tiro libre indirecto que lanzará la parte contraria desde el lugar en que se cometió la falta, atendiendo a las condiciones decisivas impuestas en la Regla XIII.

Esta restricción se refiere solo a un pase deliberado y no a una situación en la que, por ejemplo, el balón es desviado por un defensa".

Textos de Miguel Angel Vicente

....

(9) ¿Qué diferencias te parece que hay entre los diarios que estuvieron viendo?

(9a) Fijate en los siguientes titulares. ¿Podés decir de qué diario son?

Se Acrecienta la ola de Asaltos

COINCIDENTEMENTE, EN HORAS DEL MEDIODIA FUERON ATRACADAS LAS EMPRESAS FEDERAL, OMINT Y AGFA

RECHAZO A UN VETO DEL PRESIDENTE

Limitaron facultades de la Policía

El Senado aprobó anoche una ley que establece que las detenciones por averiguación de antecedentes no pueden exceder las diez horas • El detenido tiene derecho a comunicarse inmediatamente con familiares o amigos

(INFORMACION EN LA PAGINA TREINTA Y NUEVE)

2,6%, costo de vida de julio

Prevén un aumento más leve en agosto • Los precios mayoristas solo crecieron 0,4% • Los industriales bajaron

(INFORMACION EN LA PAGINA DIECIOCHO)

Crítica situación en Georgia

Pinochet reivindicó el golpe contra Allende

AMIRA EN EL PAIS DE LAS MARAVILLAS

Investigan la difusión ilegal de un radiograma en el Ejército

El mensaje, con conceptos agresivos hacia Chile y duras críticas a los acuerdos, fue distribuido a todas las guarniciones sin autorización del general Bonnet

(INFORMACION EN LA PAGINA CINCO)

Menem admitió la posibilidad de un acuerdo con la UCR

Para después de las elecciones • Es la primera vez que alude a un "pacto de gobernabilidad"

(INFORMACION EN LA PAGINA CINCO)

LLEGA EL PERIODISTA QUE DESCUBRIÓ EL WATERGATE

MARTINA SE "DIVORCIA" DE SU EX, JUDY NELSON, PERO LE COSTARA CARO

VIENE POR EL CASO YOMA. LA REVISTA NOTICIAS LE PAGA 25.000 DOLARES

ROBIN HOOD ATACA DE NUEVO

SOBRE HEROES SIN TUMBAS

PENA DE MUERTE

EL JEFE DEL ESTADO QUIERE QUE SE RESUELVA MEDIANTE PLEBISCITO

Angustioso pedido de ayuda a Occidente

Rusia está en el umbral del hambre

VIOLENCIA EN SUDAFRICA

Negociaciones con sangre

"HOGAR OBRERO"

AMENAZA DE QUIEBRA; TOMA DE SUCURSALES Y OLLAS POPULARES

(9b) Fijate en la doble página de ***Clarín*** reproducida en páginas 5/24 y 5/25. Es puro diseño (casi no hay texto), y no obstante se puede deducir alguna información.

Señalá en cada caso qué es cada texto (a qué género pertenece).

Los **estilos periodísticos** son tanto estilos lingüísticos y retóricos, como gráficos: un diario es diferente de otro tanto por lo que dice como por la manera de decirlo, y la manera de decir tiene que ver con opciones gráficas tanto como con opciones lingüísticas o retóricas.

5.2. Títulos, volantas, copetes

(10) A continuación vas a encontrar diferentes titulares de distintos diarios. Los titulares corresponden a "la misma" noticia.

Al final, Reutemann triunfó cómodo

....

Se confirmó la victoria de Reutemann en Santa Fe

....

UNICO PUNTERO

River pegó un grito pelado en Santa Fe

Victoria de River en Santa Fe

....

....

SOLDADO DE HONOR, ABOGADO Y HEREDERO DE LA CORONA

Segunda visita al país del príncipe Felipe de Borbón

....

VISITAS

Y vino el principito bueno

Llegó el príncipe

....

(10a) Determiná en qué diario salió cada titular.

(10b) Señalá las diferencias lingüísticas y retóricas.

Se puede titular una noticia utilizando un registro **protocolar** o un registro **coloquial**. Es frecuente marcar la relación que se pretende mantener con el lector precisamente a partir del registro utilizado. En algunos casos el título es abiertamente irónico o utiliza juegos de palabras:

La editora Braille padece la peor de las oscuridades

Una recorrida por el edificio de la Editora Nacional Braille, situado en Hipólito Yrigoyen 2850, permite deducir las necesidades por las que atraviesa la institución, cuyo papel es fundamental para la comunidad no vidente de la Argentina.

El ministro de Salud y Acción Social, Avelino Porto, visitó ayer esa entidad acompañado por los directores nacionales del Discapacitado, Angel Castro, y de Odontología, Hugo Ambrune.

Porto adelantó que "se está aguardando un apoyo económico del Banco Mundial para poder efectuar todas las reparaciones que aquí se necesitan para trabajar dignamente".

En el antiguo edificio que fue construido para albergar a las viudas de los guerreros del Paraguay, en 1909, trabajan 45 personas –en su mayoría ciegos–, cuando en otras épocas lo hicieron 150.

El vetusto taller de impresión, usina de luz para no videntes

Falta de equipamiento

"Hemos sufrido mucha desatención en los últimos años –confió la directora, María del Carmen Ramadori– y tuvimos problemas con las entregas por parte del Estado que debe proveernos del papel *manila*, imprescindible materia prima para editar los manuales escolares, libros y revistas en sistema Braille. Estos se distribuyen en las escuelas para ciegos de todo el país y se venden a los particulares", explicó.

"También tenemos inconvenientes por la falta de equipamiento necesario en los lugares de trabajo", refirió la directora de la editora y de la Biblioteca del Libro Parlante, que funciona allí.

La licenciada Ramadori aseguró, además, que "la colección de libros y cassettes se vio severamente amenazada por la proliferación de roedores, que se está intentando combatir".

La biblioteca circulante de la entidad posee 25.000 volúmenes. Sin embargo, un solo título puede ocupar dos o tres tomos, por el tamaño de la escritura que se realiza solamente de un lado de la hoja. Se editan también novelas y algunos de los best-sellers que tienen mayor demanda, y todo lo producido se encuaderna en el lugar.

La editorial distribuye, además, ejemplares en Perú, Chile, Paraguay y Bolivia y mantiene intercambios bibliográficos con editoriales similares de los países de habla hispana.

Los libros se venden al costo del papel en el momento en que se compró y a los estudiantes se les otorgan sin cargo. La fabricación de cada libro demora entre dos y tres meses, a causa de la vetustez del sistema de impresión que se utiliza.

La biblioteca se complementa con libros grabados en cassettes. "Pero el libro en Braille es insustituible, porque todos prefieren leer por sí mismos antes que escuchar una grabación", aclaró la directora.

En la planta baja del edificio funcionan talleres protegidos donde se confeccionan frazadas, sábanas, colchones, manteles, toallas y cestería, materiales que proveen a institutos de ancianos, de menores y de prevención.

Otro grave problema lo constituye el edificio contiguo, que también pertenece a la institución: está ocupado por 46 familias que entraron ilegalmente y perturban con ruidos la concentración de los no videntes. El ministro Porto declaró que hablará al respecto con las autoridades comunales para lograr una solución adecuada.

Por último, la directora de la entidad agradeció el interés del ministro por la institución, pero señaló que espera que "esto no quede en una promesa más. Necesitamos ayuda y comprensión para nuestras necesidades... Bien se sabe que no hay peor ciego que el que no quiere ver".

La Nación, 11/9/91

Página/12, 14/9/91

A Zeffirelli no se la cortan

El cineasta italiano Franco Zeffirelli amenazó con impedir que pasen por televisión, en Italia, su película *Romeo y Julieta* si el canal privado que la va a emitir insiste en interrumpirla con bloques de publicidad. "Los realizadores acaban en la basura, siempre obligados a humillarse", dijo el director, tomando posición en una polémica que ya lleva un par de años. A despecho de la fuerte oposición a los cortes publicitarios que llevó adelante la gente de cine, finalmente la llamada "ley Mammì" autorizó a los canales de televisión a intercalar publicidad. Claro que hay excepciones, como la que le concedió la emisora estatal RAI-1 a Federico Fellini pasando *Intervista*, sin cortes, los primeros días de este mes. Zeffirelli, en cambio, se declaró dispuesto a aceptarlo si los anunciantes le pagan derechos de redifusión. Le servirían, según precisó, para ayudar a los drogadictos, organizar una fiesta en honor de Elizabeth Taylor y "cultivar las plantas de su jardín".

Algunos diarios hacen del juego de palabras y el chiste su sello distintivo (como ***Página/12***) y otros lo utilizan sólo ocasionalmente (***La Nación*** entre ellos).

(11) Leé con atención las siguientes notas aparecidas en **Extra** el 17/9/91. Como no tienen título, queda a tu cargo inventar un título serio (protocolar o coloquial) o un título humorístico. Estas son las tareas de un secretario de redacción: titular y editar.

....

....

Siempre inquieto y al frente de las posibilidades de perfeccionar la comunicación con su público, Peter Gabriel encabeza la lista de artistas que investigan el uso de ACTV (Active TV), un sistema de televisión que permite una real participación del televidente.

Se llama *Cuts* y es una serie de programas musicales de media hora que semanalmente presenta un amplio margen de segmentos de audio-video interactivos. El programa piloto, por ejemplo, utiliza filmaciones de conciertos de Peter Gabriel editadas y pasadas especialmente. ¿Qué se puede hacer? Todo depende del televidente: se puede crear la mezcla propia del hit ''Sledgehammer'' antes de ver el video-clip respectivo, se puede hacer un video propio del tema ''In your eyes'' cantado en vivo simplemente eligiendo distintos ángulos de cámara, se puede complementar al himno pacifista ''Biko'' con la superposición de la letra del tema o la biografía de Steven Biko. Otra variante (para los más chicos) es jugar al ''Peter paper doll', vistiendo a Peter Gabriel como si fuera una barbie. Y sobre el final se puede optar entre ver avisos de Amnesty International, prevención de niveles de ozono, o Greenpeace. Todos estos segmentos, por supuesto, unidos por montajes especiales, reportajes con el público y datos para fanáticos.

La realizadora de ''Cuts'', Diana Gagnon, siente que, ''Esta serie es sólo el principio de las posibilidades interactivas para la música en la televisión''. Peter Gabriel, por su parte, cuenta que, ''He estado interesado en este tipo de avances tecnológicos durante muchos años, especialmente en todo aquello que permita a los individuos controlar la información que reciben. Hay computadoras para trabajar eventos multimedia, ya hay realidades artificiales, y ahora aparece la televisión interactiva, que en este programa piloto ilustra algunas de las posibilidades en un contexto musical''

Pero, ¿qué es ACTV? Es un sistema de televisión por cable con sede en Nueva York. No es el típico sistema de ''televisión interactiva'' que -como existía hasta hoy- a lo sumo permite contestar preguntas en programas de entretenimientos. Este es un sofisticado y complejo sistema de manipulación de video que permite interactuar con un programa al elegir entre cuatro opciones distintas. ¿Con qué tipos de programas se puede interactuar? El servicio tiene previsto ofrecer clases de ejercicios (para adaptar al nivel deseado de exigencia), programas deportivos (se elige la ubicación de la cámara) y programas para chicos con respuestas preparadas (''Sí, muy bien, 3+3 son 6''). Actualmente, ACTV se está probando en Springfield, Massachusetts, y ya lleva un año de pruebas en Canadá. Pronto se instalará en Londres, pero siempre es necesario un tendido especial de cables, porque la señal requiere cuatro canales de cable al mismo tiempo, y aún no está resuelto cómo comprimirlos en uno sólo.

Por lo visto, la curiosidad de Peter Gabriel sigue colocándolo en la vanguardia del momento. Como siempre.

MFB

El sello discográfico británico Great Expectations, especializado en la publicación de obras raras, acaba de poner en venta una reedición del disco más misterioso, polémico y extraño de la historia del rock: ''Metal machine music'', de Lou Reed, un doble LP puesto a la venta a mediados de 1975, ante el estupor de publico y critica. ¿Qué es ''Metal machine music''? En pocas palabras, se trata de un doble album compuesto por cuatro caras de 13'01'' de duración, sin canciones, sin interrupciones, sin melodías, sin ritmo, sin letras, sin mixaje estereofónico (o sea que cada canal sigue su propia lógica disparatada) y sin ningún sentido aparente, más que una constante distorsion de guitarra.

Ya habrás comprobado que no todo es titular en un medio gráfico. Las noticias suelen llevar además una **volanta*** y un **copete***.

(12) ¿Podrías decir cuál es la función de copete y volanta?

____

____

(12a) A continuación vas a ver dos titulares de ***Página/12***. Por separado, están las volantas y copetes que les corresponden. ¿Podés señalar a cuál, en cada caso?

Violación, muerte y silencio

Un plan que no se raja

MARCHA VECINAL EN CASTELAR

El Presidente protestó nuevamente por el aumento del precio de la carne, pero sostuvo que no afecta el plan económico.

LAS VACAS NO HACEN DAÑO

Unas 200 personas marcharon en silencio desde una comisaría hasta los tribunales de Morón, exigiendo explicaciones por la violación y muerte de Karina Volpizina, de 14 años. Los argumentos del juez.

(12b) Revisá qué diferencias hay entre ***Clarín, La Nación, Página/12*** y ***El Cronista*** en materia de copetes y volantas.

(12c) El secretario de redacción de la revista ***Noticias*** está como loco: un viento traicionero le voló los papeles de su escritorio y se le mezclaron títulos, volantas y copetes. ¿Le darías una mano?

La corte del faraón

DEL DROGADICTO ALEGRE AL POBRE ENFERMO

La producción y tráfico de drogas son una de las actividades más rentables. En EE.UU. genera cifras similares a las tres más grandes empresas de petróleo.

La investigación propia y el seguimiento del caso fueron las claves para poder anticiparse.

LA DINASTIA DE LOS YOMA, BASADA EN EL DINERO Y EL PODER

El "Yomagate" a toda Página

Una sucia y blanca industria

COMO FUNCIONA LA JUSTICIA EN LA CAPITAL FEDERAL

Las principales plazas financieras del mundo son utilizadas para la legalización de unos U$S 500 mil millones.

Lazos de sangre

LAS PRIMICIAS DE PAGINA/12

En los '60 la marihuana pasaba por inocente y liberadora y el cine la festejó. Los muertos de los '70 cambiaron todo. Hoy, la droga es basura.

EL NEGOCIO DEL NARCOTRAFICO

Fue el medio que publicó la investigación de la Justicia española sobre la "conexión argentina" con el narcotráfico.

Cambio de imagen

EL LAVADO DE LOS NARCODOLARES

El deseo de la ley

GHAITH RACHAD PHARAON (51), FINANCISTA Y EMPRESARIO PODEROSO

El maletín de los zares

El sistema judicial es tan laberíntico como el Palacio de Tribunales.

La familia política del Presidente llegó a tener tanto poder político como poder económico.

CAMBIO 16: LA REVISTA DEL YOMAGATE

Se lo acusa de lavar dinero del narcotráfico. Viaja en su propio Boeing 737 y construye un hotel en Buenos Aires.

El Cambio que destapó la olla

(12d) A los siguientes titulares colocales la **volanta** y el **copete** adecuado. Como guía te digo dónde salieron. Uno de esos títulos tiene características distintas de las que comentamos hasta ahora. ¿Cuál es? ¿A qué podés atribuir esas características?

TERMINATOR VUELVE A BUSCARTE

Suplemento Sí de Clarín

Peter Gabriel unirá rock con tecnología

Extra

GANA EL GOBIERNO EN SU LUCHA CON LOS SINDICATOS

Ambito Financiero

EL HOMBRE ES LO QUE COME

Suplemento Futuro de Página/12

(13) Armá una primera página de un diario cualquiera (en cartulina y a tamaño real). Recortá de diarios viejos todo lo que necesites (títulos, textos, fotos, etc.…) para poder armar una tapa "optimista", una tapa "fatalista" o una tapa neutra desde el punto de vista de la valoración de la realidad. Podés, incluso, inventar titulares recortando letras y palabras sueltas y armando un collage con ellas

5.3. Objetivo/Subjetivo

LC 15 Suele señalarse que las crónicas son objetivas y los editoriales subjetivos (porque expresan el punto de vista del diario sobre un hecho determinado). También se dice que algunos diarios (***La Nación, Clarín***) son más bien objetivos y que otros (***Página/12, Ambito Financiero, Crónica, Extra***) "cargan las tintas" en uno u otro sentido.

Lo cierto es que **todos los diarios** manifiestan una subjetividad, su propia subjetividad en **todos los niveles**, aún el nivel gráfico, como ya vimos. La presunta "neutralidad" de algunos medios no es sino una posición subjetiva, una manera de relacionarse con la noticia y los lectores.

Por otro lado, la subjetividad aparece aún en el texto más presuntamente objetivo de las crónicas. Hablaremos, entonces, de diferentes **segmentos*** en cada texto o género: segmentos narrativos o segmentos comentativos. Es que la subjetividad aparece también según el ángulo desde el cual se enfoca un hecho o tema, en el punto de vista* desde el cual se cuenta algo, incluso en los adjetivos que se utilizan.

Todo esto sirve para evaluar la posición relativa del medio respecto de la realidad y respecto del público al que se dirige.

(14) A continuación vas a encontrar dos textos que hablan de lo mismo aunque lo que dicen es distinto (ambos salieron el 10/9/91).

LC 16

EL MODIN ES LA TERCERA FUERZA BONAERENSE

Rico tuvo apoyo en los distritos más pobres

La significativa elección que realizó el ex teniente coronel **Aldo Rico** en la provincia de **Buenos Aires** dejó una buena cantidad de interrogantes que los analistas de los principales partidos tardarán un tiempo en explicar. **El ex jefe carapintada obtuvo amplia adhesión popular entre sectores de mayor pobreza del conurbano y se convirtió así en el tercer candidato más votado**, detrás de peronistas y radicales.

El perfil del elector que convirtió al Movimiento de Dignidad Nacional (MODIN) **en la tercera fuerza electoral del distrito más importante del país** está, según datos provisorios, en los partidos **del sur y del oeste del conurbano**. Precisamente los más golpeados por la crisis económica y la reconversión industrial iniciada en 1976.

Rico, el cabecilla de las rebeliones militares de Semana Santa (1987) y Monte Caseros (1988) obtuvo, por lo menos, **el 20 por ciento** de los votos emitidos en **Berazategui, Quilmes, Florencio Varela, Almirante Brown, Lomas de Zamora, Esteban Echeverría, La Matanza, Merlo, San Martín, Tres de Febrero, Moreno y General Sarmiento** sobre un total de 19 partidos, que componen el cinturón que rodea a la Capital Federal.

Según cifras provisorias obtuvo como candidato a gobernador **431.147 votos**, lo que le permitió colocar **tres diputados nacionales, dos senadores provinciales, dos diputados provinciales y un número todavía no precisado de concejales en los cuerpos deliberantes de los municipios.**

¿Por qué Rico a solo 9 meses de haber pasado de la interna militar a la política logró ese caudal electoral? En el Gran Buenos Aires el PJ obtuvo 1.397.360 votos, la UCR 661.194, y luego del MODIN **se ubicó la UCeDé con 236.816** votos. El Movimiento al Socialismo (MAS), la propuesta clasista por excelencia, solo sumó 92.950 votos en esa estratégica zona.

EL EFECTO RICO EN EL GRAN BUENOS AIRES

PARTIDO	MODIN	PJ
Almirante Brown	29.133	72.395
Avellaneda	12.545	45.571
Berazategui	4.684	14.101
Esteban Echeverría	14.384	52.189
Vicente López	8.554	53.750
Florencio Varela	17.108	44.508
Tres de Febrero	14.583	54.892
San Martín	27.011	90.179
Tigre	12.427	57.425
General Sarmiento	46.145	138.574
Lanús	27.414	104.427
Lomas de Zamora	26.765	87.634
San Isidro	7.365	52.621
La Matanza	55.887	197.500
Merlo	24.186	80.701
Moreno	14.246	46.540
Morón	32.622	130.357
Quilmes	31.602	98.578
San Fernando	6.486	33.697

Datos sobre la elección de gobernador y vice.

Por ahora el interrogante solo despierta respuestas provisorias. Voceros del MODIN, acaso afectados de soberbia electoral, evitaron que Rico dé su opinión a **Clarín** porque, según dijeron, "ahora tenemos **otras prioridades**", antes que atender al periodismo.

De todos modos, la certeza de la relación entre el nivel de pobreza de los electores y los resultados obtenidos por la expresión política de los carapintadas, el MODIN, se comprueba por ejemplo en Florencio Varela, el más pobre de estos partidos, **y en General Sarmiento**. En el primero el partido de Rico se convirtió **en la segunda fuerza —desplazando al radicalismo—.**

Además en la populosa La Matanza, tradicional bastión electoral del peronismo (ver recuadro) **arañó el segundo lugar al radicalismo.**

Una primera lectura revela que el voto tradicional peronista, descontento con el plan económico, se abrió hacia el ex militar, quebrando expectativas de apoyo hacia **Saúl Ubaldini**.

Durante la campaña Rico recorrió barrios marginales de la provincia varias veces montado en el "ricomóvil" —una pickup con parlantes y expresando un discurso contradictorio.

Dirigentes políticos de los partidos tradicionales se preguntaban ayer ¿si Rico sacó poco más del 10 por ciento de los votos en un contexto de estabilidad económica, **qué hubiese pasado si las elecciones se hacían en medio de un proceso hiperinflacionario?**

Por lo pronto, no se cumplió el vaticinio del ex rebelde de Campo de Mayo y Monte Caseros. Había pronosticado que la UCR y el PJ, tras el fracaso en el plebiscito bonaerense del 5 de agosto del año pasado, iban a repetir el fiasco en la elección de anteayer y que esta vez, sin el auxilio de las armas, iba a ganar la gobernación bonaerense.

Para respiro de los partidos tradicionales hasta ahora es solo **un fenómeno limitado** a sectores del Gran Buenos Aires —en la Capital Federal su expresión política, el **Movimiento de Acción Popular** solo sacó el **0,60** por ciento de los votos—, aunque Rico ya sueña con llegar al sillón de Rivadavia en 1995.

Daniel Santoro

Clarín, 10/9/91

Promisorio bautismo de fuego de Aldo Rico en la política

Como buen soldado de infantería, hizo casi toda su campaña a pie. En octubre del año último comenzó a recorrer la provincia de Buenos Aires, en especial los lugares más empobrecidos, con su chaqueta verde oliva y al compás de las marchas de San Lorenzo y de las islas Malvinas.

Ese trabajo de base y su particular discurso, en el cual se adjudicaba ser "la única oposición", sustentaron la muy buena elección del candidato a gobernador del Movimiento por la Dignidad y la Independencia (Modin), Aldo Rico, según la interpretación de sus colaboradores.

En su bautismo de fuego en la política, la agrupación del líder de los alzamientos de Semana Santa y de Monte Caseros conquistó tres bancas de diputados nacionales y se convirtió en la tercera fuerza en Buenos Aires, desplazando a la Ucedé.

Los cómputos provisionales le otorgaban al Modin dos diputados y un senador provinciales. Sus candidatos a intendente se ubicaban en el segundo puesto, detrás del justicialismo, en los partidos de General Sarmiento, Florencio Varela, La Matanza, Berazategui y Berisso. En Moreno y en Florencio Varela, Rico obtenía más votos que Pugliese.

Tales resultados, que configuraron la mayor sorpresa electoral en el distrito bonaerense, justificaban la euforia que se vivía ayer en la sede del Modin en Parque Patricios. "No gastamos un centavo en propaganda, pero recorrimos cuatro veces la provincia en una camioneta que nos prestaron. Hicimos 270.000 kilómetros", explicaron.

Junto al otrora líder carapintada se alinearon muchos de sus camaradas del Ejército, como los ex tenientes coroneles Enrique Venturino y Luis Polo y el ex mayor Ernesto Barreiro. Estos dos últimos fueron candidatos a diputado nacional.

También se integraron al Modin un buen número de dirigentes nacionalistas, provenientes en su mayoría del Partido de la Independencia –fundado luego de la Guerra de las Malvinas–, representantes del peronismo histórico desencantados con el menemismo e independientes.

Los que entraron

Los tres diputados nacionales electos del Modin son Horacio Aragón, Martín Mendoza y Guillermo Fernández Gill.

Aragón es un abogado platense de 62 años, fundador del Partido de la Independencia. Mendoza proviene del peronismo y dirige actualmente el Hospital Santojanni. Fernández Gill, de 64 años, fue ministro de Gobierno bonaerense durante la última etapa del Proceso de Reorganización Nacional, además de diputado por el Partido Federal entre 1973 y 1976.

Un primer estudio de la composición de los votos de Rico permite establecer que la mayor parte fue cosechada en la zona sur del Gran Buenos Aires, siguiéndole en orden de importancia la primera sección electoral.

Su caudal de votantes provendría en buena medida de sectores marginales del conurbano que en anteriores elecciones se volcaron hacia el justicialismo o bien hacia la izquierda trotskista, pero también de sectores de clase media, entre los que habría militares y nostálgicos del peronismo.

La oposición a la política económica, pero también cuestiones como la seguridad y la corrupción, habrían estado presentes entre sus votantes.

El líder del Modin se autodefine como nacionalista y considera a Juan Domingo Perón y a Arturo Frondizi como "los dos mejores estadistas de este siglo". Con el fundador del desarrollismo coincide en que "la estabilidad nunca puede ser anterior al crecimiento económico". Curiosamente, también concuerda con representantes de la izquierda criolla que hicieron de la consigna "liberación o dependencia" su caballito de batalla.

En su diálogo con la gente utilizó un lenguaje muy directo mezclado con muchas ironías. Así, no se cansó de decir que "más que de «estabilidad» hay que hablar de «esta habilidad» del Gobierno para mentir" o que "no es que la actual administración haya destapado la corrupción, sino que la corrupción ha tapado a esta administración".

Algunos de sus seguidores, como el vicepresidente del Modin y profesor universitario, Augusto Padilla, lo consideran un posible "César democrático", figura que "reconoce una tradición histórica y política en Hispanoamérica", según consideró.

Su concepción del partido político como "instrumento de ocasión" parece acercarlo a la idea del movimientismo.

Asegura que ya no tiene nada que ver con Seineldín, pero no se arrepiente de haber protagonizado dos sublevaciones militares. Sin embargo, como para que no lo consideren un golpista, Rico acaba de afirmar: "He descubierto que la política me apasiona".

Fernando Laborda

La Nación, 10/9/91

(14a) **Determiná los segmentos comentativos y los segmentos narrativos. Después podés completar el cuadro siguiente, que empezaste a hacer en el capítulo 3:**

Valor semántico		Retrospección	Tiempos de base o grado '0'		Anticipación
Actitud de locución			primer plano	segundo plano o marco	
Relato	Tiempo				condicional
	Ejemplo				recordaría, habría de recordar
Comentario	Tiempo				
	Ejemplo				

(14b) ¿Cuál es la posición de cada medio respecto de la noticia?

(15) La crítica (de cine, de libros, de discos, de fútbol), **necesariamente** abre juicios sobre lo que comenta. A veces, sin embargo, resulta difícil saber cómo algo puede parecer tan distinto a personas diferentes, es decir: en qué fundamentan el juicio en cada caso. Es el caso de las películas **Mannequin 2** y **El halcón está suelto**, algunas de cuyas críticas podés ver aquí mismo, pero, no te creas, es también el caso de la economía y la política.

Encanto por partida doble

Amable y refrescante, "Mannequin 2: la magia continúa" ofrece, por el precio de una entrada, dos encantamientos. En su trama está el que padece la rubia Kristy Swanson por vía de un hechizo y maldición, el otro es el resultado de gracia, evasión y más de una carcajada derivadas de simpáticos enredos.

El público adolescente y los soñadores y románticos de cualquier edad no se sentirían defraudados con **Mannequin 2: la magia continúa**. Que por frescura supera a su exitosa antecesora y hasta se permite el lujo de más de un diálogo de calculada sapiencia cómica.

Con un adecuado comienzo de fábula, imagina que la campesina Jessie **(Kristy Swanson)** enamora al príncipe William **(William Ragsdale)**, heredero de la remota monarquía centroeuropea de Hauptmann-Koenig. Pero ello enfurece a la reina Ismelda **(Cynthia Harris)** y mediante el hechicero de la corte **(Terry Kiser)**, la convierte en un maniquí.

Mil años más tarde, época actual, Filadelfia. La acción prosigue en la tienda Prince y compañía, donde inicia su primer día de trabajo el joven Jason **(Ragsdale)**, rápidamente asignado como asistente del estrambótico diseñador visual Hollywood Montrose **(Meshach Taylor)**, de sexo aparentemente masculino pero evidentemente sin fanatismos, un martirio para el burocrático y ultraconservador gerente James **(Stuart Pankin)**.

Un gran acontecimiento está por producirse: desde el mismísimo Hauptmann-Koenig llega una delegación presidida por el primer ministro, el conde Spretzle **(Kiser)**, a quien secundan tres tontos y musculosos guardaespaldas, para promover los atractivos turísticos del reino en los Estados Unidos. Y ello mediante una exposición de objetos típicos que tiene como lo más destacado a la Campesina encantada.

Desde que se escribió el primer cuento de hadas se sabe que el encuentro entre los potenciales amantes podrá romper cualquier hechizo y así sucede aquí.

Esa es la base argumental, la amable excusa para el eterno juego de la comedia, sostenida por un buen elenco y reforzada por la simpatía de los **gags** y situaciones y los abundantes toques de ironía: el folclore y leyendas de Hauptmann-Koenig, los equívocos en torno al nombre de Spretzle, el que uno de sus guardaespaldas se llama Arnold (como **Schwarzenegger** pero con menos intelecto), las inclinaciones y grititos del impagable Hollywood, sus anteojos y su vincha. Y en otro plano y también en los logros, la química romántica de Jessie y William.

Son los pilares sobre los que genera su impacto **Mannequin 2: la magia continúa**, leve como una brisa de primavera y no menos refrescante, particularmente en tiempos de tensión donde el entretenimiento y el escapismo son los supremos valores agregados.

Título castellano: "Mannequin 2: la magia continúa". Título original: "Mannequin On The Move". Dirección: Stewart Raffill. Guión: Rugoff-Isaacs-Levine-Israel. Fotografía: Larry Pizer. Música: David McHugh. Intépretes: Meshach Taylor, William Ragsdale, Kristy Swanson, Terry Kiser, Stuart Pankin. Presenta Transeuropa en el Ambassador, Gaumont, América, Atlas Belgrano.

A.M.V.

¿Y la magia?

Comedia para quedarse duro

***"Mannequin 2, la magia continúa". Director:** Stewart Raffill. **Intérpretes:** Kristy Swanson, William Ragsdale, Meshach Taylor, Terry Kiser. **Duración:** 96 minutos.*

La fantasía y la incredulidad son el terreno más firme para la comedia alocada, que no teme en dispersar la verosimilitud en aras de arrancar la simpatía del espectador. Aunque a veces uno sienta que toca el cielo con las manos, en "Mannequin 2" la historia no hace pie y termina en caída libre hasta aterrizar sin demasiada gloria, tras hora y media de ambigüedades varias.

Segunda parte de un éxito inesperado, la historia se inicia diez siglos atrás, cuando el amor de una campesina y el heredero al trono del reino de Hauptmann - Koenig se ve paralizado al hechizar el brujo de la reina a la blonda y prometida Jesse, quien quedará cual estatua hasta que halle el "amor verdadero" mil años después.

Ya en Filadelfia, en tiempo presente y en el mismo shopping donde transcurría la primera "Mannequin", William, un joven de increíble parecido al príncipe del siglo X, es empleado para colaborar en la gala en honor a Hauptmann - Koenig. Para ello traerán de aquel país tesoros preciosos, tales como joyas y una pieza única: "La campesina encantada", elemento básico de atracción turística por su leyenda.

De más está decir que William quitará el hechizo (era sencillo: debía enamorarse de la hermosa Kristy Swanson y quitarle un collar inoxidable al tiempo), el descendiente del brujo tendrá su merecido y todos terminarán felices al compás del tema "Nothing's gonna stop us now", igualito a "Mannequin 1".

Las diferencias del caso no son gratuitas. La gracia y originalidad de la primera Mannequin descansaban en las actitudes de Andrew McCarthy, sucedido ahora por William Ragsdale, que no reacciona de la misma forma que hiciera en "La noche del espanto", tal vez por que Kristy Swanson no es precisamente horripilante. Aquí hay también otra distinción: la rubia es mucho más mona que la morocha Kim Catrall, pero la iguala en inexpresividad. El homosexual que vuelve a componer Meshach Taylor como Hollywood, el director artístico del shopping de marras, pone la nota de color, como salpicando tanta frivolidad con sus comentarios que, sin ser desopilantes, dan un poco de carnadura a la historia de un maniquí tieso, que no logra desentumecerse y (lo peor) deja inmóvil al rictus del espectador.

Pablo O. Scholz

Cabeza de maniquí

MANEQUIN 2, LA MAGIA CONTINUA
(Mannequin on the Move) Estados Unidos, 1990. Dirección: Stewart Raffill. Guión: Edward Rugoff, David Isaacs, Ken Levine y Betty Israel. Música: David McHugh. Intérpretes: Kristy Swanson, William Ragsdale, Meshach Taylor. Cines: Ambassador, América, Atlas Belgrano, Gaumont.

(Por L. M.) Como si alguien se hubiera quedado pidiendo más de lo mismo, aquí llegó *Manequin 2*, una comedia ñoña pensada para el consumo de adolescentes ñoños. Hay en este film, destinado a ese pozo insondable de la iniquidad que es la televisión, un romance entre un príncipe y una plebeya, en un reino remoto en el espacio y el tiempo. Ese romance es interrumpido por un hechizo que la convierte a ella en un muñeco de madera, que sólo despertará a la vida 1000 años después, precisamente en estos días, en Filadelfia, en brazos de un muchacho que es idéntico al amado de entonces. Para haber esperado diez siglos, la chica no se conserva mal. El único problema es que tanto ella como su novio tienen la cabeza como la de un maniquí: hueca.

Un halcón envuelto en nubes de problemas

Susana Freire

"Hudson Hawk-El halcón está suelto" ("Hudson Hawk" EE.UU./1991), producción en colores, hablada en inglés y presentada por UIP en los cines Concorde, Grand Splendid y Belgrano. Intérpretes: Bruce Willis, Danny Aiello, Andie MacDowell, James Coburn, Richard E. Grant y Sandra Bernhard. Guión: Bruce Willis y Robert Kraft. Fotografía: Dante Spinotti. Música: Michael Kamen y Robert Kraft. Dirección: Michael Lehman. 98 minutos. Sólo apta para mayores de 13.

La genialidad de Leonardo Da Vinci (1459-1519) dejó más de un testimonio. Fue pintor, escultor, arquitecto, planificador urbano, científico, escritor, músico e inventor. Entre sus invenciones se registran diseños de cañones, tanques, un traje para bucear y máquinas voladoras.

Claro que Da Vinci nunca se hubiera imaginado que esta cualidad creativa iba a servir de base para el argumento de "Hudson Hawk". Porque así comienza la historia, con el genio puesto a resolver el problema de transformar el plomo en oro, hazaña que logra concretar mediante un cristal compuesto por tres partes, al que se puede armar como si fuera un rompecabezas.

Por arte del cine, la acción se traslada desde el medioevo hasta nuestros días, en que Hudson Hawk, un eximio ladrón al estilo de "Ladrón sin destino" (Robert Wagner), finaliza una condena de diez años.

El escarmiento ha dado sus frutos y en su pensamiento está la idea de reformarse. Pero todo queda en buenas intenciones porque unos gangsters lo obligan a robar un pequeña escultura de Da Vinci.

Claro que no se trata de un robo común, como supone el protagonista, sino de una serie. Cada elemento sustraído alberga en su interior una parte de aquel cristal de Leonardo, del que intentan apoderarse seres inescrupulosos

Comienza la acción en un ritmo vertiginoso que obliga a mantener la atención, bajo el riesgo de que a la menor dispersión se pierda el hilo de la narración. Mucho nervio en el montaje y las secuencias casi febriles se van sumando ininterrumpidamente. Algunas de ellas demuestran haber abrevado en otros recordados films: "Como robar un millón de dólares", "Para atrapar al ladrón".

Se acumulan personajes siniestros y se redoblan las puntas de accion. Las situaciones, resueltas con bastante humor –a veces negro, otros rojo, por la sangre– convergen y se dispersan involucrando a personajes tan caricaturescos como absurdos, delineados a partir de características demenciales.

Todo es válido para este personaje, tal como lo es para Bruce Willis, un actor adiestrado en el dislate ("Luz de luna" y "Duro de matar"). Allí el actor se permite desplegar simpatía y humor, aún en los momentos críticos, lo que le resta al film cierto sabor verosímil. Porque éste es el punto de partida del guión (donde también participa Willis): la inverosimilitud. Es un juego donde todo está permitido con tal de llegar a un final feliz.

El director parte de esa propuesta y hace la correspondiente traducción en imágenes, respaldado por una gran producción, acertadas resoluciones técnicas y por la participación de solventes intérpretes como Danny Aiello ("Haz lo correcto", "Hechizo de luna"), Andie MacDowell ("Sexo, mentiras y video", "Matrimonio por conveniencia") y James Coburn.

La Nación, 13/9/91

De cómo convertir el oro en plomo

(Por Claudio D. Minghetti) Según la imaginación de Bruce Willis y su amigo Robert Kraft (también responsable de la música con Michael Kamen), Leonardo Da Vinci descubrió la manera de convertir el plomo en oro. En cambio, Willis con sus secuaces, y varios siglos después insisten en una alquimia mucho más sencilla porque convierten el oro en plomo. *Hudson Hawk / El halcón está suelto* se divide en tres medias horas: la primera atractiva, con algunos guiños demasiado locales y un efectivo ritmo de sueño vertiginoso; la segunda se excede en diálogos que complican la trama sin justificación y la tercera, que deviene aburrida hasta el último fotograma. Eddie Hawkins (quién otro que el tilingo Willis) queda en libertad tras diez años de prisión. Se reencuentra con Tommy (Danny Aiello), su socio en un bar del suburbio neoyorquino que se convirtió en reducto para yuppies, y está dispuesto a colgar los guantes. Sin embargo, los insaciables mogules Darwin y Mnerva Myflower (Richard Grant y Sandra Bernhard) están dispuestos a resucitarlo para robar distintas obras del maese Leonardo. Un modelo de la estatua Sforza, el Codex que atesora el Museo Vaticano y el prototipo de una máquina voladora del siglo XVI, son las piezas de un rompecabezas estilo Cubo de Rubik que permitirá a los Myflower convertir el plomo en oro y manejar a su antojo la economía mundial. Eddie, mejor conocido como El Halcón del (río) Hudson no está solo en esta misión "a la fuerza". Anna Baragli (Andie MacDowell) es una enigmática especialista en arte clásico, en realidad monja al servicio de un Sumo Pontífice que, según el guión, se entretiene mirando a Mr. Ed por teve.

Después de varias acrobacias que recuerdan las de *Topkapi, Cómo robar un millón de dólares* y *Las joyas de la corona*, éxitos de los años sesenta, algunos números semimusicales con Willis y Aiello haciendo fonomímica con temas por/Bing Crosby (el actor de *Haz lo correcto* es además un excelente showman) y comprobar cómo la pareja Grant-Bernhard intenta con —poca fortuna— imitar al Michael Keaton de *Beetlejuice, el guión hace agua por* los cuatro costados y se hunde en un mar de bostezos.

Ni los millones de dólares invertidos, ni el talento de Aiello, ni la belleza de Roma, ni los efectos, ni la demagogia con el público que tiene por costumbre saborear el cine-entretenimiento los sábados a la noche compensan los efectos de la enfermedad crónica que afecta a buena parte del último cine norteamericano: la ausencia de guiones originales y sólidos. No basta con tener los ingredientes si no existe una buena receta y para esto no basta con la habilidad del cocinero de turno, como en este caso Michael Lehman, que demuestra oficio, pero nada más. *Hudson Hawk / El halcón está suelto* es como esas tortas de utilería que decoran las vidrieras de algunas confiterías retro. A primera vista llaman la atención pero apenas alguien intenta pasarle el dedo a la crema se rompe la magia y la ilusión se va al suelo. Un cine que, en todo caso, más temprano que tarde hereda el video, donde todo puede ser un éxito. Incluso este "pájaro de cuentas" que en esta primera etapa es preferible dejar volar.

HUDSON HAWK / EL HALCON ESTA SUELTO (Hudson Hawk) Estados Unidos, 1991. Dirección, Michael Lehman. Guión, Bruce Willis, Robert Kraft. Fotografía, Dante Spinotti. Música, Michael Kamen, Robert Kraft. Con Bruce Willis, Danny Aiello, Andie MacDowell, James Cuburn, Richard E. Grant, Sandra Bernhard. Cines Concorde, Grand Splendid.

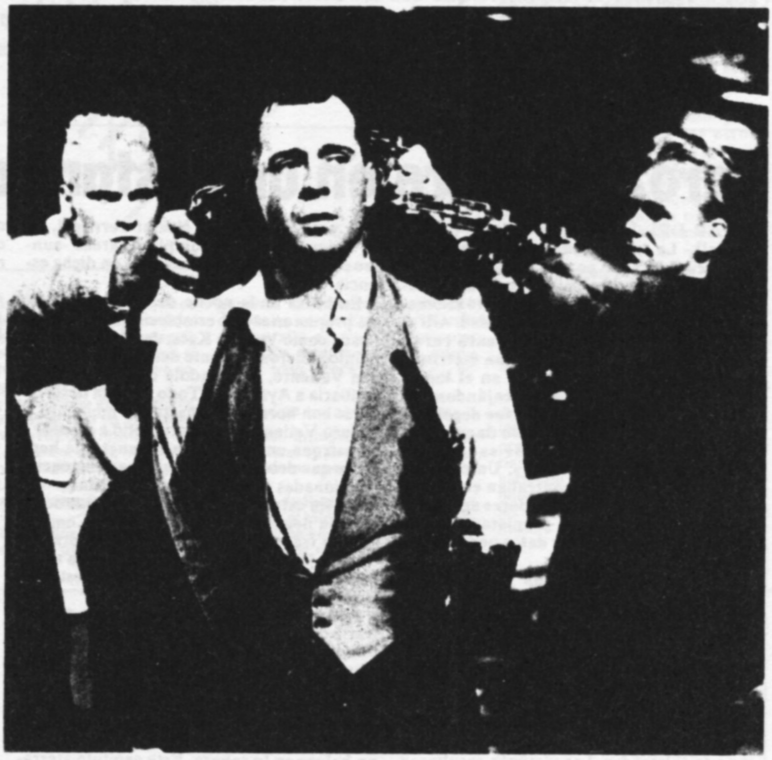
Página/12, 13/9/91

Un simpático ladrón está suelto

Alocada comedia con tintes de historieta y gran despliegue

***"Hudson Hawk, el halcón está suelto". Director:** Michael Lehman. **Intérpretes:** Bruce Willis, Danny Aiello, Andie MacDowell, James Coburn, Richard E. Grant, Sandra Bernhard. **Duración:** 98 minutos.*

Uno a veces se pregunta si se justifica tamaño despliegue para un filme que no tiene otras pretensiones que las de divertir a la platea y uno mismo se responde que el fundamento del cine, su piedra basal, es el entretenimiento. Que ha ido variando con el tiempo, codo a codo con los nuevos recursos y el avance de la tecnología aplicada. Lo cual no es poco si se piensa que además la idea motriz está referida al juicio definitorio que representa la taquilla. **Hudson Hawk** es el relato de un ladrón altamente calificado que ha cumplido su pena y trata de alejarse de las tareas que le dieron fama. Lo extorsionan de tal manera que no puede negarse y debe escamotear tres legados de Leonardo Da Vinci. Aparentemente disímiles, reunidos pueden cambiar el curso de la humanidad. Hasta allí la historia de los tres robos que debe realizar y que se desarrollan en ese clima de comedia un poco alocada, que hace recordar más que a **Para atrapar al ladrón** o **Topkapi** a la serie televisiva **Ladrón sin destino,** porque el delincuente resulta más simpático que quienes lo persiguen. Con el aditamento de que algunos de los personajes, los hermanos Mayflower y sus lugartenientes, están presentados en forma de caricatura, como si se tratase de una historieta, así como la alusión al barco en el cual llegaron los Padres Peregrinos a Norteamérica y cuyos descendientes se consideran patricios.



Bruce Willis, en uno de los difíciles momentos que le depara "Hudson Hawk"

Esta mezcla de realidad y ficción, ese desenfado con el que son expuestas las nada convencionales figuras del Vaticano, marca lo mejor de la película en materia argumental, además por supuesto del periplo cumplido por el equipo, que comenzó en Nueva York, siguió en Roma, luego en Budapest, más tarde en Londres y finalmente en Los Angeles, lo cual se nota en la espectacularidad de muchas de las escenas.

Tanto Bruce Willis como Danny Aiello encaran su parte con absoluta idoneidad y les queda tiempo —entre persecuciones y peleas— para cantar solos o a dúo, mientras que Andie MacDowell personifica a una monja erótica, no demasiado creíble pero decididamente apetecible. Un párrafo aparte para Richard E. Grant y Sandra Berenhard, quienes parecen escapados de un comic.

Una comedia brillante, alocada, que por momentos llega al delirio y ante la cual su director, Michael Lehman, puede afirmar, sin rubores, misión cumplida, siempre dentro del terreno de la sana evasión, sin ningún otro tipo de implicancias.

Gedalio Tarasow

El Cronista, 13/9/91

(15a) Suponiendo que no viste las películas, ¿a qué críticas les harías caso y por qué?

(15b) Respecto de cada una de las películas hay una crítica discordante: ¿podés explicar por qué desacuerdan con los demás críticos? (Si te parece que la plata tiene algo que ver en algún caso, vas a tener que fundamentarlo.)

(15c) En las lecturas complementarias tenés una crítica de la crítica que salió en la revista *Los Periodistas*. Comentalo con tus compañeros y con tu profe.

(16) **Editor, 1.** Suponete que sos un Schwarzenegger. Suponete que sos un Terminator cuya arma más eficaz es la tijera (o el cortante). A las notas que siguen les sobran 20 líneas a cada una. ¿Te animás a sacárselas sin que se pierda el sentido de cada nota? De paso, vas a tener que rediagramar y rearmar para que ocupen menos espacio. ¡A tachar, recortar y pegar!

Feroz Masacre en una Estancia de Ayacucho

MAR DEL PLATA (De nuestro corresponsal).- **La tranquilidad de Ayacucho se vio sacudida ayer por un escalofriante y misterioso doble asesinato y suicidio acontecido en una estancia, situada a 44 kilómetros de la zona urbana de esa ciudad. Allí el administrador del establecimiento rural, masacró a tiros y puñaladas a un matrimonio joven que cumplía tareas en el lugar, tras lo cual se suicidó descerrajándose un balazo en la cabeza. La mujer fue degollada por el feroz homicida y eso sólo da una diea de lo espantoso del hecho de sangre, del cual se investigan las causas. Unicamente las tres personas se encontraban en el sitio de la tragedia. Los investigadores aguardan tomar declaración a los propietarios de la estancia, a fin de obtener datos para la buena marcha de la pesquisa.**

La estancia **"La Argentina"**, situada en el **Cuartel 13**, a la altura del **Kilómetro 44 de la Ruta 29** fue escenario de este episodio que, según los primeros informes médicos, se habría desatado entre las 5 y las 6 de la mañana de ayer. El protagonista principal fue identificado como **Norberto Aníbal Valiente, argentino, de 59 años, un hombre de campo domiciliado desde hace muchos años en ese establecimiento, donde cumplía tareas como administrador.** Las víctimas resultaron ser **Oscar Alfredo Sauco, argentino, de 23 años y su esposa Olga Noemí Terruggi, de 19,** quienes también cumplían tareas -aunque como **trabajadores rurales**- en dicha estancia.

En horas de la noche del martes, una de las propietarias del establecimiento, identificada como **Valeria Kats, de 25 años,** se comunicó telefónicamente desde Buenos Aires con Valiente, indicándole que el miércoles arribaría a Ayacucho. Todo parecía desarrollarse con normalidad hasta ese momento, e incluso Valiente se comprometió a esperar a su patrona en la estación **Solanet a la hora 10**, ya que debían realizar algunas diligencias relacionadas con la compra de vacunos.

No sin extrañeza, Valeria Katz aguardó en vano la llegada del administrador. Como el tiempo transcurría y Valiente no se presentaba, la joven estanciera intuyó alguna anormalidad y decidió dirigirse hasta el establecimiento.

Al arribar, alrededor de las 11, se encontraría con un cuadro que parecía extraído de una novela de terror: **el cadáver de Olga Noemí yacía en el parque de la estancia, totalmente ensangrentado y con el cuello seccionado íntegramente.** En el interior del edificio **se encontraba el cadáver de su esposo, con múltiples heridas de arma blanca y un balazo en la cabeza.** Este capítulo aterrador se completó con el hallazgo del cadáver de Valiente que se encontraba en su habitación con un **disparo a la altura de la sien derecha.**

En distintos sectores de la vivienda aparecieron **siete cápsulas servidas y en el interior del cargador de la carabina se constató la existencia de proyectiles intactos.**

En el informe inicial de los médicos de policía se determinaría que **la tragedia se desató entre las 5 y las 6. Las víctimas estaban completamente vestidas de donde surge que ya estaban levantadas y listas para comenzar sus tareas cuando sobrevino el drama.** Todo parece indicar que **fue la cocina el lugar donde se desencadenó el hecho.**

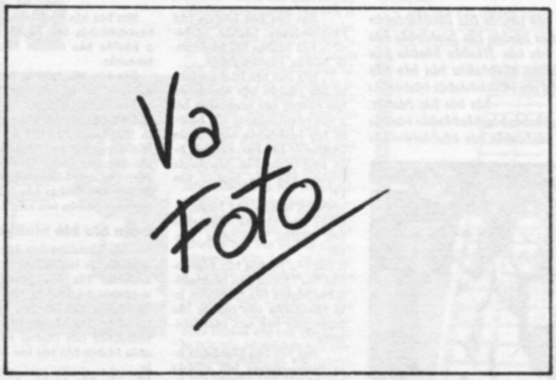
Al caer agonizante, Sauco quedó **con medio cuerpo fuera de la cocina y la otra mitad sobre el corredor externo.** Se considera que prácticamente no tuvo posibilidad de defenderse ante la ferocidad del ataque, **no descartándose que haya sido rematado de un balazo en la cabeza mientras se desangraba.** Olga Noemí habría observado el drama que se estaba desatando e intentó escapar. Abandonó el casco de la estancia y comenzó a correr, **pero fue alcanzada por el homicida que la apuñaló y degolló en el parque circundante al edificio.** Con sus prendas de vestir totalmente ensangrentadas, Valiente se dirigió a su dormitorio, donde puso fin al drama **descerrajándose un balazo en la sien**

Crónica, 12/9/91

La enseñanza del castellano en la polilingüística Unión Soviética

"Si uno camina por Moscú, es probable que encuentre a alguien que hable castellano, porque es uno de los cuatro idiomas extranjeros que se enseñan en las escuelas secundarias de la Unión Soviética. Los otros son: inglés (que estudia la mayoría), francés y alemán."

Así se expresa la jefa de la cátedra de Idiomas Extranjeros (rama Lenguas Romances, que incluye el español, el italiano y el portugués) del Instituto del Servicio Exterior de la Unión Soviética, profesora Galina Romanova. Al concluir tres meses de estudios en nuestro país, visita La Nación en compañía de Nikolai Lyssenko, secretario adjunto del embajador de la URSS.



Para alumnos extranjeros

El Instituto del Servicio Exterior prepara cuadros de diplomáticos así como especialistas en comercio exterior, periodistas y juristas. Pero no forma sólo a connacionales. Más de la mitad de los 2000 alumnos son extranjeros: húngaros, alemanes, japoneses, ingleses...

"A mí me incumbe enseñarles el español. Desarrollo un trabajo, en parte científico y en parte didáctico, para enseñarles a leer y comprender los periódicos, con sus particularidades de lenguaje, y a redactar noticias", dice nuestra visitante.

Romanova, que ha analizado el periodismo de España y de México, tenía interés en conocer La Nación, "uno de los periódicos más importantes de habla hispana".

Está recopilando material para el segundo tomo de un libro suyo sobre "Lenguaje periodístico".

Moscovita de cinco generaciones, Romanova se doctoró en Letras en la Universidad Lomonósov. Además del ruso natal, habla inglés, francés, castellano, portugués, italiano, y un poco de alemán "como para mantener una conversación".

En la Unión Soviética se hablan 100 idiomas. Es un Estado polilingüístico. Que ahora se está dividiendo en varios Estados. "Cuando vuelva allá no voy a reconocer nada. En tres meses que estuve fuera, todo habrá cambiado", comenta.

El ruso en todas las escuelas

¿Cómo influyen las diferencias lingüísticas en la educación y en los problemas entre las nacionalidades?

Fuera de Rusia, en las escuelas se suele dar el idioma nacional, el ruso y un idioma europeo extranjero (inglés, francés, castellano o alemán).

Hay escuelas en las que toda la enseñanza es en georgiano o en moldavo y el ruso es una materia; hay otras, donde se enseña casi todo en ruso, pero se sigue un curso del idioma nacional. Ahora, hasta en Moscú hay grupos que aprenden en su idioma de origen en algunos institutos. "En la escuela donde estudia mi hija, que tiene 16 años y aprende alemán, un grupo de estudiantes nacidos en Georgia sigue sus cursos en idioma georgiano".

Todo el mundo sabe ruso, pero ¿los rusos aprenden los otros idiomas? Romanova dice que, a veces, rusos enviados a las repúblicas bálticas no aprendían los idiomas del lugar. No querían hacerlo; estimaban que no tenían necesidad, ya que los habitantes conocen el ruso.

La Argentina y el voseo

Observadora de nuestro idioma, le parece que en la Argentina se usan más vocablos extranjeros -por ejemplo, de origen inglés- que en España.

Le llama la atención advertir que el castellano presenta muchas variantes si se lo habla en México, en Cuba o en la Argentina. Pero no le preocupa. "Opino que cada país tiene derecho a elaborar su propia variante. No es justo que se imponga la norma de Castilla a todos los países. El voseo no me incomoda."

Jorge Rouillon

La Nación, 12/9/91

Páginas siguientes: Clarín, 31/5/91

ESPACIO DE PUBLICIDAD

BLA BLABLA BLABLABLA BLA BLA BLABLABLABLA

"Bla bla bla blablabla bla"

Bla bla blabla blabla bla blabla bla blablablabla blablabla blabla bla blabla blabla bla blablabla bla blablablaba blablabla bla bla bla. ***Blabla blabla bla blabla bla blablablabla blablabla bla bla bla blababl a blabla*** *bla blabla bla blablablabla blablabla bla bla bla blabla.* ***Blabla bla blabla blablablablabla blablabla*** *bla bla bla bla bla blabla bla blablabla bla blablablablaa*

Blablo bla bla bla blabla bla blabla bla bla blabla

• Blablablablabla bla

• Bla bla bla blabla

• Bla bla bla blabla

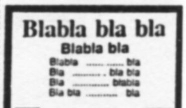
¡Bla blablabla!

–Bla bla bla blablabla bla.

–Bla bla bla blablabla bla bla.

Blabla bla bla blablabla bla bla

Bla bla: Blabla blabla bla bla bla



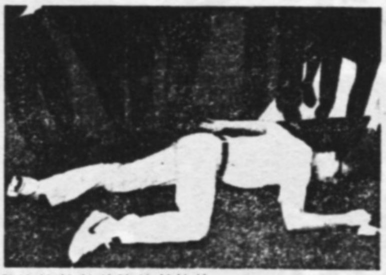
Lejos de la locura de todos los días. Pero muy cerca suyo.

(IV) Editor, 2. Como comprenderás a simple vista, la foto que publicó *Página/12* con la noticia que se adjunta salió mal elegida porque no reproduce bien. Habrá que eliminarla y rediagramar toda la página para que ocupe sólo dos columnas del mismo largo.

ESPACIO DE PUBLICIDAD

Blablablabla bla bla blabla bla

Bla bla blabla blabla bla blabla bla blablablabla blablabla blabla bla blabla blabla bla blablabla bla blablablaba blablabla bla bla bla. ***Blabla blabla bla blabla bla blablablabla blablabla bla bla bla blababl a blabla*** *bla blabla bla blablablabla blablabla bla bla bla blabla.*



Blablo blo blo blo blablo blo blablo blo

• Bla bla bla blabla bla blablablabla blabla blablabla bla blabla bla blablabla blabla blablablabla.

• Bla bla bla blablablabla bla blabla bla blablabla bla blabla bla blablabla blablabla bla bla blabla bla blablabla bla bla blablabla blabla blablabla bla bla blablabla bla bla bla blablablabla bla blabla bla bla blablabla bla blabla blablabla blabla bla bla bla bla

• Bla bla bla blabla bla blablablabla blabla blablabla bla blabla bla blablabla blabla blablablabla..

• Bla bla bla blablablabla bla blabla bla blablabla bla blabla bla blablabla bla bla blablablabla bla blablabla bla blablabla bla blabla blablabla bla bla. Bla bla bla blablabla bla blablabla blabla bla bla blabla bla. bl-

ablabla blabla bla blablablabla bla blabla blablabla bla blabla blablabla bla. Bl-

a bla bla blabla bla blablabla bla blabla bla blablabla bla blabla bla blablabla bla blablabla bla blabla bla blablabla bla bla blablabiabla.

• Bla bla bla blablabla bla blablablabla bla blabla bla blabla bla blabla bla blablabla.

• Bla bla bla blabla blablablabla bla blabla blablabla bla blabla bla bla bla blablabla bla blabla bla blablabla bla blabla bla blabla bla blablabla bla bla blablabla bla blablablabla bla blabla bla blablabla b-la blablabla bla blablabla bla bla blablablabla bla blablabla bla bla blabla bla blablabla bla bla blablabla bla blabla bla blablablabla bla blabla blablabla bla bla bla blablabla bla blabla bla bla blablabla bla blabla blablabla blabla bla bla bla blablabla bla bla blablabla bla bla blablablabla bla bla blabla bla blablabla bla bla blabla blabla blablablabla bla blablabla blablabla bla bla blablabla bla bla blabla blablablabla bla blabla bla bla bla blablabla bla blabla bla bla blablabla bla blabla blablabla blabla bla bla bla blablabla bla bla blablabla bla bla blablablabla bla bla blabla bla blablabla bla bla blabla blabla blablablabla bla bla bla bla blabla bla bla blabla. Bla bla bla blablabla bla bla bla blabla bla bla blablabla bla bla blabla blablablablabla bla bla blabla bla bla.

Bla bla bla blabla blabla bla blablablablabla bla blabla blablabla bla bla blablabla. Bla bla bla blablabla bla blablabla bla bla bla bla bla bla blablablabla bla blabla blablabla bla

la blablabla bla blabla bla blablabla bla bla blablabla.

• Bla bla bla blablabla bla blablablabla bla blabla bla blabla bla blabla bla blablabla.

• Bla bla bla blabla blablablabla bla blabla blablabla bla bla biabla bla bla bla bla bla.

ablablabla bla blabla bla bla blablabla bla blabla bla blablabla bla bla blabla bla blablablabla bla blablabla bla bla blabla bla blablabla bla bla blablabla bla bla blablabla bla blablabla bla bla bla blablabla bla blablabla blabla bla blablablabla bla blablabla bla blablabla.

Bla blablabla bla bla blablabla bla bla blablabla bla bla

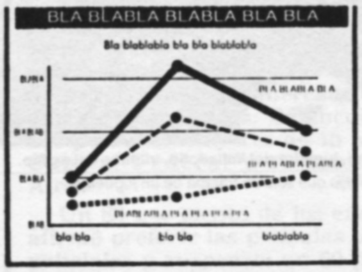
Blablablabla blablablablabla bla bla bla

Bla bla bla blablabla bla blabla bla bla blablabla bla blabla bla bla blablabla bla bla bla blablabla bla bla blabla blablabla bla bla blablabla bla bla blabla bla blablabla blabla bla bla blabla bla bla bla bla blablablabla bla blabla blablabla bla bla blablablabla. Bla bla bla blablablablabla bla bla blabla bla blablabla bla bla blabla bla bla blablablablabla bla blabla blablabla bla blabla bla bla. Bla bla bla blabla blablabla bla blabla bla bla blablabla bla bla blablablabla bla bla blabla bla bla blabla blabla blablablabla bla bla bla bla blabla bla bla blabla. Bla b-

la bla blablabla bla bla bla blabla bla bla blablabla bla bla blabla blablablablablab-

la bla bla blabla bla bla.

Bla bla bla blabla blabla bla blablablablabla bla



Blablabla bla bla bla blabla

● Bla bla bla blabla bla blablablabla blabla blablabla bla blabla bla blablabla blabla blablablabla.

● Bla bla bla blablablabla bla blabla bla blablabla bla blabla bla blablabla bla bla blablablabla bla blabla bla blablabla bla blabla blablabla bla bla. Bla bla bla blablabla bla blablabla blabla bla bla blabla bla blablabla bla bla bla blablablabla bla blabla blablabla bla blabla blablabla bla. Bla bla bla blabla bla blablabla bla blabla bla blablabla bla blabla bla blablabla bla blablabla bla blablabla bla blablabla bla bla blablablabla.

● Bla bla bla blablabla bla blablablabla bla blabla.

BLA BLABLA BLA

Blabla bla blabla

Bla bla bla blabla blablabla bla blabla blablabla bla blabla bla bla bla blablablabla bla blabla bla b-la blablabla bla blabla bla blablabla bla bla blabla blablabla bla blablablabla bla bla blabla bla blabla bla-blabla bla blabla bla bla b-lablablablabla bla blablabla blabla bla blablablabla bla blablabla bla blablabla bla bla blablablabla bla blablabla bla bla blabla bla b-lablabla bla bla blablabla blabla blablabla bla bla blablabla bla bla bla blablablabla bla blabla bla bla blablabla bla blabla blablabla blabla bla bla bla bla

Bla bla bla blablabla bla blabla bla blablabla bla blabla bla blablabla bla bla blabla bla blablabla bla bla-bla blabla bla bla blablabla bla bla bla blablabla bla bla blabla blablabla bla blablabla bla bla blabla b-lablabla blabla bla bla bla-bla bla bla bla blablablabla bla blabla blablabla bla bla blablablabla. Bla bla b-la blablablablabla bla bla

Blablablabla bla

Bla bla bla blabla bla blablablabla blabla blablabla bla blabla bla blablabla blabla **blablablabla blabla**

Bla bla bla blablablabla bla blabla bla blablabla bla blablabla bla blablabla bla bla blablablabla bla blabla bla blablabla bla blabla blablabla bla bla. Bla bla bla blablabla bla blablabla blabla bla bla blabla bla blablabla blabla bla blablablabla bla blabla blablabla bla blabla blablabla bla. Bla bla bla blabla bla blablabla bla blabla bla bla

Bla bla bla blabla blablablabla bla blabla blablabla bla blabla bla bla bla blablablabla bla **bla blabla bla** lablabla bla blabla bla blablabla bla bla blabla blablabla bla blablablabla bla bla blabla bla blabla blablabla bla blabla bla bla blablablablabla bla blablabla blabla bla blablablabla bla blablabla bla blablabla bla bla blablablabla bla blablabla bla bla blabla bla blablabla bla bla blablabla bla blabla **bla blabla bla blablabla.**

Bla bla bla blablabla bla blabla bla bla blablabla bla blablabla bla bla blablabla bla bla bla blablabla bla bla blabla blablabla bla bla blablabla bla bla blabla blablabla bla-bla bla bla blabla bla bla bla blablablabla bla blabla blablabla bla bla blablablabla. Bla bla bla blablablablabla bla bla blabla bla blablabla bla bla blabla bla bla blablabla blabla bla blabla blablabla bla blabla bla bla. Bla bla bla blabla blablabla bla blabla bla bla blablabla bla blablablabla bla bla blablabla bla bla blabla blabla blablabla bla bla bla bla blablabla bla bla blabla. Bla bla bla blablabla bla bla blablabla bla bla blablabla bla bla blabla blablablablabla bla bla blabla bla bla.

Bla bla bla blabla blabla bla blablablablabla bla blabla blablabla bla bla blablablabla. Bla bla bla blablabla bla blablabla bla blabla bla.

Blablo blo blo blo blo

Estas vacaciones de invierno, escápese a Uruguay. Y ni una palabra más.

Consulte a su agente de viajes o al Departamento de Turismo de la Embajada de Uruguay, Av. Las Heras 1007, 5° piso, tel.: 803-0030 al 37 de 10:30 a 13:00 y 13:30 a 17:00.

 Alumno: .... **Curso:** .... **Hoja:** ....

(17) **Editor, 2.** Como comprenderás a simple vista, la foto que publicó ***Página/12*** con la noticia que se adjunta estuvo mal elegida porque no reproduce bien. Habría que eliminarla y rediagramar toda la página para que ocupe sólo dos columnas del mismo largo.

Michel mete mano, y Valderrama con esas mechas

Crece la polémica en España después de que Michel agarró de los genitales al peludo colombiano en pleno partido.

El club Valladolid manifestó su "repulsa e indignación" al denunciar ante la justicia deportiva que la máxima estrella del Real Madrid, el mediocampista Michel, tocó dos veces los genitales del colombiano Carlos Valderrama, durante el partido que disputaron el domingo, en el estadio Santiago Bernabeu, por el torneo de la Liga de Fútbol de España.

La actitud del famoso jugador del Real Madrid y la selección española generó una gran polémica en toda la península. En una nota titulada "Michel, el puñetero de Valderrama", el periodista Raúl del Pozo escribió en el diario *El Independiente* que Michel "como un buscón, como un chulo, llevó por dos veces su mano furtiva a las partes de Valderrama, le hizo la monola en los genitales".

Tras afirmar que en España "es una gran ofensa que a uno le toquen el paquete", Del Pozo agregó que Michel "salvó a un colombiano que le dio una lección de aguante", aunque advirtió que cuando los jugadores del Real Madrid vayan a Valladolid "tendrán que llevar los paquetes blindados".

Por su parte, Gonzalo Gonzalo, presidente del Valladolid, dijo no entender la actitud de Michel "porque si le gusta 'lo otro' que se vaya a hacerlo en otro lugar, pero lo que hizo no me parece normal, es algo que no suele verse en los campos de juego".

Otro que se sumó a las críticas al futbolista del Real Madrid fue el entrenador holandés del Barcelona, Johan Cruyff, al señalar que "Carlos Valderrama demostró ser un gran profesional porque es muy difícil no reaccionar ante un acto como el que le tocó vivir con Michel. Lo vi por televisión y seguramente el colombiano no reaccionó porque, generalmente, en estos casos siempre se ve perjudicado quien responde a la provocación y no el que provoca".

Cruyff explicó que "es probable que antes de los hechos que crearon la polémica hubiera existido algo más que simples contactos normales entre futbolistas, seguramente se deben haber pegado más fuerte de lo habitual. En estos casos la responsabilidad es del árbitro que no debió permitir jugadas antirreglamentarias que después son muy difíciles de parar".

Mientras la prensa deportiva española sigue tratando de distintas maneras el episodio, la nota de protesta presentada por el Valladolid deja liberado al criterio del juez deportivo si debe o no sancionarse a Michel. En una encuesta realizada en Madrid, la mayoría de los hinchas del club sostuvieron que se trató de una broma de parte de Michel, como el propio jugador dijo al ser consultado por el periodismo. "No tuve ninguna intención de provocar a Valderrama para que lo expulsaran. Se trató sólo de una broma", señaló Michel. Sin embargo, un sector del periodismo e incluso algunos dirigentes del Real Madrid y sus propios compañeros creen que esa actitud puede ser perjudicial para el jugador, sobre todo cuando tenga que visitar canchas ajenas, donde puede ser blanco de insultos.

Carlos Valderrama, jugador del Valladolid, víctima del acoso.
El español Michel dijo que sólo se trataba de un jugueteo.

(18) **Editor, 3. *Clarín* publicó la siguiente noticia (¿en qué sección o suplemento?) sin el cuadro correspondiente porque un cadete lo perdió. ¿Podrías hacer un cuadro o diagrama que dé cuenta de los datos suministrados por la nota y rediagramar todo para que ocupe tres columnas? De paso, recortá dos o tres avisos para completar el resto de la página hasta la misma altura de la nota.**

RESULTADOS DE UNA ENCUESTA

Qué películas se eligen

Los **videófilos** son una raza nueva y pujante que creció y crece a la sombra (o a la luz) de la explosión demográfica de las videocaseteras. Son distintos a los **cinéfilos** porque les cuesta salir de casa y a los **telemaníacos** porque eligen lo que quieren ver y no tienen necesidad de hacer "zapping"

Hay una cultura del video que tiene sus propias costumbres y hábitos. La manera en **cómo se elige una película, qué se elige, quién la elige y dónde,** tiene una forma propia que es distinta a la del cine o de la televisión abierta o por cable.

Conocer las preferencias del consumidor, lo que espera de un producto y sus inclinaciones y hábitos significa tener asegurado un buen porcentaje del mercado.

♦ Géneros

Edgardo Catterberg y Asociados hizo una investigación, a pedido de **Plus Video**, para conocer **la composición, preferencias, perspectivas de desarrollo y crecimiento del mercado consumidor de videocasetes.** Se encuestaron a 300 personas mayores de 15 años de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires.

Un 83 por ciento de los encuestados afirmó preferir las películas de **acción, policiales y suspenso;** un 60 por ciento se inclinó por la **comedia;** un 31 por ciento por las de **aventuras**, y un 23 por ciento las infantiles. Los filmes de **terror** acapararon un 10 por ciento; los **clásicos** un 8 por ciento y las **condicionadas** solo un 3 por ciento, entre otros rubros. Los porcentajes no suman cien porque cada persona podía dar respuestas múltiples.

De esto se concluyó que **el consumidor de video busca distraerse más que otra cosa** y que este público no tiene las mismas inclinaciones que el del cine (ver el porcentaje de preferencia por los clásicos).

En cuanto al origen de las películas, las **norteamericanas** se llevan las palmas: **el 94 por ciento.** Le siguen las **argentinas** con un lejano **26 por ciento,** y luego las **inglesas** con un 11, las **francesas** con un 9 y las **españolas e italianas** con un 8 por ciento cada una. En este rubro también hubo varias respuestas por encuestado.

La mayoría (53 por ciento) alquila **entre cinco y doce videos mensuales.** El 21% alquila **menos de cinco** y el **26% más de doce por mes.** Quienes aumentaron su nivel de consumo de videos en el último año sostienen que lo hicieron porque **es más cómodo ver un filme en casa** (80%), porque **la programación de la televisión es mala** (37%) y porque **sale más barato que el cine u otro espectáculo** (20%).

Acerca de cómo y quién elige un **video en una casa**, en primer lugar está el **jefe de familia** (57%), luego está el **cónyuge** (46%) y finalmente los **hijos** (37%). Por edad, el mayor porcentaje de los que eligen (51%) se ubica **entre los 36 y 50 años.**

♦ En el videoclub

El 56 por ciento de las personas toma la decisión de lo que va a llevar **en el videoclub** y el 41 por ciento llega **con la decisión tomada en casa.** En esa elección intervienen el **género o tema** de la película (60%), **las recomendaciones de los amigos** (47%, principalmente jóvenes), **los protagonistas** (45%), **las recomendaciones del empleado del videoclub** (28%) y finalmente **el éxito en los cines o las críticas.**

De esto se destaca la importancia de la **figura del videoclubista** como una persona con credibilidad a la que se le pide asesoramiento y al **videoclub** como un ámbito donde, además de alquilar películas, se busca una opinión y se toma la decisión sobre qué llevar.

Para elegir un videoclub, la **cercanía** es el principal factor, después siguen **la cantidad de películas, los títulos y luego la atención que se brinda.**

Clarín, 13/9/91

(19) Editor, 4. Al jefe del archivo de *Clarín* le dio un cólico renal y se tuvo que ir a su casa sin localizar las ilustraciones (fotos o dibujos) necesarios para estas notas. ¿Podrías buscar algo adecuado?

Sin el primer "empujón" de Copérnico hoy no existirían la electricidad ni la ingeniería genética

Va foto

¿Para qué sirve la astronomía?

Todos los pueblos quisieron saber qué se ocultaba detrás del cielo. Primero fue el turno de las explicaciones míticas y luego la razón hizo lo suyo. Pero las técnicas utilizadas para estudiar los astros permitieron, también, entender a nuestro planeta y ayudaron al despegue de las ciencias actuales. El autor de esta nota aprovecha la presencia en Buenos Aires de 1.200 astrónomos de todo el mundo —ayer finalizó el XXI Congreso Internacional de la especialidad— para explicar cómo se relaciona el estudio de las estrellas con la vida moderna.

Por Leonardo Moledo

A quienes les gusta exigirle a la ciencia utilidades perentorias, la astronomía seguramente los deja desconcertados. Puede ser que la carrera espacial les procure un pequeño alivio, al fin y al cabo es imposible **enviar un hombre a la Luna si no** se conoce con precisión la órbita de nuestro satélite, o si alguien sueña con que alguna vez la explosión demográfica obligará a establecer **colonias en Marte**, las sondas Vikings adquieren sentido.

Pero, en realidad, estos son argumentos muy pobres: las colonias en Marte y los viajes espaciales todavía están en el reino de la ciencia-ficción, ¿y entonces? **¿Para qué sirve la astronomía?** No tiene la operatividad de la medicina, la temible eficacia de la física, la omnipresencia de las matemáticas, el inquietante potencial de la biología: en su programa no existen aplicaciones que incidan de manera directa en la vida cotidiana de los hombres. ¿Qué más da saber cuántos planetas tiene el sistema solar, cuántos anillos tiene Urano, o que Platón es un planeta doble? ¿De qué manera una lente gravitatoria o un quasar pueden repercutir en la fabricación de electrodomésticos o en cualquier otra rama de la tecnología? ¿Qué más da que el Universo se expanda o no? ¿Y que el Sol se extinga dentro de cinco o diez mil millones de años?

¿No es una fecha demasiado lejana como para preocuparse ahora, **en este mundo posmoderno de la inmediatez**? (para no hablar de la Argentina del corto plazo).

En realidad, si se lo piensa así: ¿tiene sentido una reunión de mil astrónomos discutiendo sobre lentes gravitatorias, cúmulos galácticos y coronas solares? **¿Y gastar chorros de dinero en telescopios, radiotelescopios, sueldos de científicos** que se dedican a contar estrellas y a clasificar galaxias, y a discutir y rebatir teorías sobre el origen del Universo que nadie puede corroborar o refutar, no es si no un flagrante desperdicio de recursos?

Y, sin embargo, la astronomía es la base de todo el conocimiento, que "la" ciencia fundacional y todas las actividades de los hombres, lo sepan estos o no, se desarrollan a su sombra: **fue la primera disciplina científica** que abordaron los pueblos cuando trataron de explicar las regularidades que observaban en el cielo. Los primeros grandes corpus científicos de la antigüedad partieron de ella.

La revolución científica que comenzó en el siglo XVI y que cambió por completo la faz del planeta no tuvo origen aquí abajo sino allí arriba, cuando un oscuro canónigo polaco, de nombre Nicolás Copérnico, empujó el Sol hacia el centro del Universo y derrumbó de un saque dos mil años de devaneos: **todo lo demás, desde la electricidad hasta la ingeniería genética, es el resultado de aquel primitivo empujón.**

Temores

En toda ciencia básica se juegan **no ya el ingenio sino la inteligencia profunda de la sociedad**. Pero en la astronomía la apuesta es todavía más alta: se arriesga la capacidad de abordar racionalmente **el más complejo y esencial de los asuntos humanos: la estructura del Cosmos**. Por eso es que no hay (no hubo jamás) una sociedad sin astronomía, no hubo jamás una sociedad que no intentara explicar el ciclo de las estaciones que regulaba sus cosechas y el significado de la bóveda celeste que cada noche les producía exaltación o temor. **Y en ese intento se abordan los misterios más difíciles y profundos: el origen y el destino del Universo, el sentido del hombre en el mundo y el lugar que ocupa en el orden cosmológico.**

Los pueblos más antiguos construyeron observatorios para medir los movimientos del cielo; los modernos radiotelescopios, las elusivas teorías cosmológicas de hoy en día, y los mil y pico de astrónomos reunidos en Buenos Aires descienden en línea directa de aquellos primitivos pioneros. ¿Para qué sirve, pues, la astronomía? Nada menos que para corporizar uno de los impulsos más genuinamente humanos: saber qué somos y cuál es nuestro sitio en el multiforme y, como decía Borges, inagotable Universo.

Clarín, 2/8/91

El descubrimiento de un nuevo planeta y la posibilidad de vida extraterrestre

¿No estamos solos?

Telegrama de último momento. Salió en todos los diarios: **"Atención, nuestros instrumentos confirman la detección de algo que parece ser un planeta. Stop. El objeto está girando alrededor de una estrella muerta. Stop. Saludos desde el equipo de radioastrónomos de la Universidad de Manchester, Inglaterra.**

La novedad cayó como un cometa en la reunión de más de **1.000 fanáticos del cielo** que se juntaron en Buenos Aires para asistir a la **Asamblea General de la Unión Internacional de Astrónomos.** El asunto es que —si la noticia se confirma— **se trataría del descubrimiento del primer planeta** situado fuera de nuestros familiares **vecinos**. Y confirmar esto solucionaría una molesta duda que preocupa a los especialistas de las estrellas: desde hace años tratan de responder a la pregunta de **si existen o no planetas en el Universo, sacando a los viejos conocidos.**

La historia del descubrimiento empezó en 1988, cuando los radioastrónomos —que en vez de escrutar el cielo con telescopios lo hacen con **antenas receptoras de ondas electromagnéticas**— enfocaron sus instrumentos hacia PSR 1829-10. O sea que apuntaron a un **púlsar** que está ubicado cerca del centro de la galaxia. **Los púlsares son lo que queda de una estrella gigante que colapsó y se encogió al quedarse sin combustible para continuar con sus reacciones nucleares.** En ese momento se forma una estrella de neutrones que emite una intensa cascada de microondas pasibles de ser detectadas con el radiotelescopio. Y estas estrellas formadas por neutrones compactados giran a miles de revoluciones por segundo. El asunto es que se comportan como un faro que gira e ilumina a la Tierra con su rayo de **alta** precisión. Pero PSR 1829-10 no era tan exacto como indicaban los cálculos, así que los científicos dedujeron que debía de haber "algo" que atrasara y adelantara el púlsar.

Así saltó que el responsable debía de ser un planeta que, influyendo con su gravedad, modificaba muy levemente el giro del faro.

Pero **¿qué tiene que ver esto con el título?** Paciencia, que ahora viene.

Algo que siempre quiso saber la humanidad es si existe o no vida extraterrestre con la cual podamos establecer contacto. Y para calcular esto **científicamente** hay que multiplicar

$$N^{\circ}_{E} \times N^{\circ}_{P} \times N^{\circ}_{PV} \times N^{\circ}_{PVS} \times N^{\circ}_{VI} \times N^{\circ}_{CI} \times N^{\circ}_{DCT}$$

Explico: el número de estrellas de la galaxia, **multiplicado por la cantidad de esas estrellas que tienen planetas**, por el número de planetas que pueden poseer vida, por el número de estos que, a su vez, sí la tienen, por el número de estas formas de vida que alcanzó un desarrollo inteligente, por cuáles de estas civilizaciones son capaces de hacer comunicaciones interestelares y —finalmente— por cuánto tiempo puede durar una civilización tecnológica. **La fórmula podría parecer fácil, pero para colocarle cifras concretas a cada término nadie se pone de acuerdo. Y los resultados van desde una sola civilización (la nuestra) hasta millones por todas las galaxias.** Y aquí llegamos a lo del título. Para los que afirman que somos los únicos habitantes del cosmos, el segundo término de la ecuación es 1 (nuestro Sol). Pero con esta noticia, tendrán que revisar sus números. **Ahora podría ser —como mínimo— un 2.**

El asunto es que, estadísticamente hablando, la posibilidad real de ser los únicos bichos pensantes es más bien remota (aunque no imposible).

En fin, de todos modos, parece un poco difícil que estemos solos.

Enrique Garabetyan

Va Foto

Clarín 1/9/91

PAPPO

Pequeño guerrero

"De niño, Norbertito era un chico bueno y obediente" recuerda enamorada su madre, la niñez del pequeño **Pappo.** Resulta que durante los cinco años que sucedieron a su llegada al mundo (10-3-50), el chico fue un ejemplo de obediencia y amor al prójimo, pero **"cuando entró a la escuela, se transformó en una especie de niño revolucionario preocupado por proteger a sus compañeros más débiles. Me acuerdo que una vez, media hora antes de terminar séptimo grado, no tuvo mejor idea que hacer estallar todo un arsenal de cohetes en el patio del colegio"**, confiesa **Angela Torti de Napolitano,** la mamá. **El director fue claro: «O se va él o me voy yo»,** dijo a quienes pedían clemencia para con el **pequeño guerrero.** Doña Angeles afirma que la música y los fierros siempre le hicieron perder la cabeza: **"A los doce le regalamos su primera guitarra y a los catorce empezó a trabajar en el taller mecánico de su padre y volvía a casa a bañarse. Norberto no era un chico prolijo, pero nunca esquivó la ducha."**

Suplemento Sí de Clarín, 2/8/91

(20) ¡Basta de juegos! ¿Qué te parece si con tus compañeros hacés una revista o boletín para vender en el colegio?

Tienen que:

- diseñar el formato y calcular espacios
- elegir la tipografía (familia, tipo y cuerpo)
- escribir los textos distribuyéndose por secciones
- armar el sumario
- componer todo (a máquina o con computadora)
- armar las páginas una por una
- fotoduplicar la cantidad de ejemplares que quieren vender.

¡Suerte y hasta el próximo capítulo!

La Radio

LC 17

"Como todo el mundo sabe, la radio es medio vieja." Así empezaba un programa que hicimos con unos alumnos hace un par de años. Creo que en esa frase se pretendía jugar con la idea de **medio** y con la idea de **viejo,** porque ésas eran las ideas que resultaban, que nos parecía que podían resultar, interesantes para enfrentar a la radio, tal como se la considera habitualmente: la radio como medio y la radio como vieja. Nosotros creíamos que la radio podía ser otra cosa que un mero **medio** y que la radio podía ser muy **nueva**, muy **moderna**.

Ya sabés que junto con los medios gráficos y la TV, la radio forma el conjunto de medios hegemónicos. En términos muy generales, tanto unos como otros tienden a domesticar a la audiencia, a eliminar o mediatizar la experiencia*, a imponer una manera de entender el mundo y, por lo tanto, a controlar la conciencia individual. Eso, al menos, es lo que puede leerse en algunos teóricos pioneros, contemporáneos del surgimiento de la radio:

La radio

Por el momento la técnica de la industria cultural ha llegado sólo a la igualación y a la producción en serie, sacrificando aquello por lo cual la lógica de la obra se distinguía de la del sistema social. Pero ello no es causa de una ley de desarrollo de la técnica en cuanto tal, sino de su función en la economía actual. La necesidad que podría acaso escapar al control central es reprimida ya por el control de la conciencia individual. El paso del teléfono a la radio ha separado claramente a las partes. El teléfono, liberal, dejaba aun al oyente la parte de sujeto. La radio, democrática, vuelve a todos por igual escuchas, para remitirlos autoritariamente a los programas por completo iguales de las diversas estaciones. No se ha desarrollado ningún sistema de respuesta y las transmisiones privadas son mantenidas en la clandestinidad (...). Todo resto de espontaneidad del público en el ámbito de la radio oficial es rodeado y absorbido, en una selección de tipo especialista, por cazadores de talento, competencias ante el micrófono y manifestaciones domesticadas de todo género.

Adapt. de Adorno, Th. W. y Horkheimer, Max. ***Dialéctica del iluminismo*** (1947). Buenos Aires, Sudamericana, 1988.

Afortunadamente, hoy han surgido una cantidad de experiencias que pretenden luchar contra el control masivo a través de los medios, contra la tristeza de la inacción y la impotencia de la participación verdadera.

(1) En grupos pequeños, convendría que investigaras algunas características de la radio en Argentina. Al mismo tiempo, tratá de definir expresiones tales como "radio libre", "radio alternativa", "radio comunitaria", "radio clandestina", "radio pirata".

LC 18

LC 19

Escucho radio antes de dormirme. Uso la radio como murmullo de fondo. Contra ese murmullo (que puedo cambiar a voluntad sin cambiarlo: es siempre igual), leo, pienso, imagino. Necesito la radio no como ***contacto*** *con el mundo sino como* ***punto de fuga****. A veces, también, la radio es para mí un cementerio de voces, como le gusta decir a mi amigo Daniel Link.* ***Rolando Barto.***

Un filósofo alemán de este siglo, Max Weber, inventó la metáfora de la "jaula de hierro" para describir a la sociedad contemporánea. Admiro, respeto y aborrezco esa metáfora. Pienso en los medios como orejas gigantescas (la radio) y ojos siempre alertas (la TV), que están para controlarme, para mirar y escuchar mis más secretos pensamientos y para eliminar todo aquello que tienda a sacarme de la "jaula de hierro". Afortunadamente, también creo que donde hay poder hay resistencia "y eso te prueba lo que te demuestra" como dice siempre Daniel Link. ***Miguel Fucó.***

(2) ¿Cómo te parece que se organiza una radio? Dibujá un organigrama* donde aparezcan las funciones fundamentales. Elegí lo que a vos te gustaría hacer y estudiá el rol.

(2a) Visitá con tu profe una radio y fijate bien cómo funciona y qué hace cada uno de los que trabajan ahí.

La radio tiene algo de fantasma: podemos imaginar un espacio **completamente oscuro** pero no podemos imaginar un espacio **vacío de sonidos** (porque el sonido atraviesa incluso las paredes, incluso nuestros cuerpos).

(3) Definí cuáles sonidos usa la radio y cómo los combina para producir diferentes efectos.

(3a) Investigá con tu profe de física las características del sonido y de su transmisión.

(3b) Visitá el Museo del Niño (en el Centro Cultural Recoleta de Buenos Aires) y experimentá con el sonido.

(4) Grabá cortinas* y separadores* de diferentes programas de radio. Analizalas en clase teniendo en cuenta el segmento de público al que se dirigen. Fijate cómo se combinan música y palabras para dar una idea de lo que es el programa y, por lo tanto, de lo que los oyentes son.

(5) Grabá una cortina de un hipotético programa. Tus compañeros tienen que deducir de la cortina las características del programa y el segmento de público al que se dirige.

LC 20

Desde la aparición de la TV la radio se ha desplazado para ocupar progresivamente el lugar de la pura información y ya no tanto el del entretenimiento. Antes la radio era especialmente fuerte en los programas de entretenimiento y en el radioteatro (¡no existían los dibujos animados!). Hoy la radio se escucha mayoritariamente para conocer las noticias.

(6) Clasificá los géneros radiofónicos según estén orientados hacia la diversión o hacia la información. Tené en cuenta, también, que se trate de géneros narrativos, argumentativos o de tipo miscelánea. Fijate cuáles géneros son los más frecuentes.

(7) Vamos a producir un programa de radio.

(7a) ¿Qué te parece que debería tener un programa de radio?

____

____

____

____

(7b) No te olvides de una "Agenda", que es un género lindo de producir y útil para los oyentes.

8) Escribí una breve historia y partila (secuenciado) en tres episodios. Prepará los guiones y revisalos con el profe.

(9) Grabá el radioteatro de acuerdo con los guiones hechos (no te olvides de que en el capítulo 3 ya habías hecho algunos). Consejos: cada actor y el operador deben tener una copia del guión. Con un micrófono y un grabador doble casetera pueden hacer algo bien terminado (si conocés un DJ, pedile prestada la consola para mezclar, si no: averigüen dónde se alquilan).

(10) Arreglen con las autoridades de la escuela para poder emitir los episodios de radioteatro en los recreos. Controlen que la duración sea adecuada.

La información periodística aparece en la radio bajo la forma de la lectura de cables de agencias de noticias o de extractos de los diarios.

(11) Escuchá un noticiero de radio y fijate cómo se arman las noticias. Después hacé vos lo mismo con noticias que tengan que ver con la vida del colegio.

A veces, la radio también presenta noticias bajo la forma de investigaciones especiales. Una investigación periodística en radio sigue más o menos los siguientes pasos:

- recopilación de información (lectura) y planteo de hipótesis.
- preparación del texto que se leerá o que se irá improvisando.
- entrevista a un especialista.
- recopilación de testimonios.

(12) A continuación vas a encontrar una serie de artículos: tenés que determinar cuál es el tema al que se refieren y plantearte las hipótesis que querés desarrollar. ¡Rápido que salimos al aire!

Impulsan dos proyectos sobre la libertad de prensa

El Senado dio media sanción al proyecto de ley por el cual **los periodistas tendrán libre acceso a las fuentes de información y no estarán obligados a revelar la identidad de sus informantes.** La iniciativa pertenece al senador autonomista por Corrientes **José Antonio Romero Feris**, pero se incorporó un artículo, impulsado por el radicalismo, por el que se busca **preservar el honor de las personas.**

Uno de los proyectos lo presentó el senador correntino José Antonio Romero Feris.

El texto plantea el "libre acceso a las fuentes informativas de interés público" y establece que los periodistas "**tendrán derecho a rehusarse a revelar ante la Justicia, o la autoridad competente, las informaciones que hubiesen obtenido en el ejercicio de su profesión y las fuentes de las mismas, cualquiera fuese su naturaleza**".

El artículo incorporado por iniciativa del radical **Ricardo Lafferrière**, que tuvo el apoyo de su bloque y del justicialismo, aclara que ese derecho "**no podrá invocarse como sustento de excepción de verdad en causa penal por delitos contra el honor**". Es decir, en casos de eventuales delitos de **calumnias e injurias que puedan cometerse a través de la prensa.**

Romero Feris se opuso, al juzgar que ese agregado coartaba la libertad de expresión que se protegía en los artículos anteriores.

Mientras esto sucedía en el Senado, la Cámara de Diputados dio media sanción a **otro proyecto para garantizar la libertad de acceso a las fuentes de información oficiales y la vigencia del secreto profesional.**

El autor del texto es el diputado **Andrés Fescina**, del **Partido Federal**, quien señaló que "la libertad de prensa no tiene como único destinatario el individuo, sino el **sistema político**, como **un control del funcionamiento de los órganos gubernamentales**".

Ahora, senadores y diputados deberían acordar **cuál de los dos proyectos sobre el tema será aprobado.** Sobre todo, la negociación pasará por los autores de ambas iniciativas —Romero Feris y Fescina— ya que **uno de ellos tendría que resignarse a ceder la "paternidad" de la ley.** Si no hay acuerdo y cada Cámara pretende insistir con su proyecto se corre el riesgo de **no contar con ninguna ley que proteja el acceso a la información y el secreto profesional de los periodistas.**

En la extensa fundamentación que hizo en el Senado Romero Feris, presidente de la Comisión de Libertad de Expresión, sostuvo que en la Constitución "la libertad de prensa supera el ámbito de los derechos individuales, configurando uno de los **pilares básicos sobre los cuales se estructura la organización del sistema democrático**".

Clarín, 16/8/91

Radio-grafías

Generación

Hay una camada de periodistas que ronda los treinta años y se comunica bien con la gente joven porque habla su mismo idioma, maneja sus mismos códigos. La audiencia de esta generación –tan descreída– odia la *sanata*, le dispara a la solemnidad y al drama. En cambio, respeta a quienes llaman a las cosas por su nombre, de manera frontal, con cierto tono zumbón, con humor ácido. Un estilo desprejuiciado que suena irreverente entre quienes tienen más edad y otra escucha.

Sin embargo, se puede ser un profesional serio, con acceso a codiciados informes secretos y resultar un típico representante de esta generación. Caso Román Lejtman, investigador del Yomagate en Página 12, quien opina a sus anchas en un programa que no se priva de nada. (**Reporter**, lunes a viernes, de 6.30 a 10, FM Rock and Pop.)

¡Qué alivio!

En futuras elecciones, los partidos políticos deberán darse cuenta de que esos espacios para promocionarse gratis que las emisoras están obligadas a cederles, los perjudican. Nadie que aterriza con su rollo en mitad de un programa puede caer atractivo. Hablar por radio no es moco de pavo, mucho más si se pretende atraer al ciudadano, despertar su interés, ser convincente. Para peor, los discursos parecían copiados con carbónico: eran una letanía de promesas. ¡Qué alivio haber zafado de tantos oradores plúmbeos!, ¿no?

Made acá

Dan la impresión de estar transmitiendo desde Dakota, Kentucky o Nebraska. Suenan en inglés: música-ruido con letras incomprensibles, nada pegadizas; textos que pronuncian afectados locutores y, también, avisos sobre marcas diversas. De pronto, la realidad se entromete. Llega el momento de mencionar la hora, temperatura, humedad y unos titulitos sobre lo que acontece por acá. Entonces no queda otra: hay que leer en castellano. (FM Aspen 102, FM Station 104.)

Despertador sentimental

Lilian Kovalenko propone música de películas para remolonear un poquito más a la hora del desayuno. Para manaña eligió una selección de la banda sonora original de "Bird", sobre la vida de Charlie Parker. El viernes, "Cotton Club", música de Duke Ellington. (**La moviola**, miércoles y viernes, de 6.15 a 7, Radio Jazz, 97,5.)

Compañera del alma

Gran compinche, siempre lista, la radio no cierra nunca y genera nuevas alternativas. Ejemplo: empezar un programa en la trasnoche y terminarlo a media mañana. Todo un récord de vitalidad. Elvira Romei –muy popular, años atrás, con la platea menuda– tiene estilo, un repertorio musical amplio (desde Mozart hasta Sui Géneris) y recibe continuas llamadas telefónicas. La hora es lo de menos, se busca compañía. (**Elvira de la luna al sol**, sábados y domingos, de 3 a 9, FM 95.)

Cuarto oscuro

El domingo, la radio dedicó todo el día a cubrir las elecciones con un despliegue fantástico. Cada emisora repetía que iba a ser la primera en comunicar las estimaciones de los resultados, apenas cerradas las urnas. Como lo mejor venía después de las 18, grandes baches de aire se llenaron con preguntas triviales, declaraciones obvias, mucho verso. Pero los colegas de este medio trabajaron con alma y vida conscientes de que, para informar, la radio es líder.

Dionisia Fontán

La Nación, 10/9/91

Entre el satélite y la fibra óptica

Gobiernos y grupos privados tras dos proyectos para manejar las comunicaciones del MERCOSUR.

(*Por Daniel Sosa*) Las opciones ya empiezan a aparecer, aunque más no sea en los papeles, con vistas a captar el negocio de las comunicaciones en el MERCOSUR para mediados del decenio. Sectores del Gobierno y el empresariado brasileño propusieron el lanzamiento de un satélite común, mientras la compañía que maneja el tema en la Argentina —Telintar, formada por Telefónica y Telecom— ya acordó con representantes de Uruguay y Brasil el análisis del posible tendido de un cable submarino de fibra óptica.

El proyecto del satélite empezó a conversarse el mes pasado, cuando el vicepresidente estadounidense Dan Quayle visitó Buenos Aires. El ministro de Infraestructura brasileño, Joao Santana, conversó sobre el particular con el subsecretario de Obras Públicas, Saúl Bouer y desde entonces comenzaron los estudios.

Brasil es el único pais sudamericano que posee un satélite propio de comunicaciones —el Brasilsat I— y planea poner en órbita un segundo artefacto en breve. La idea es que el tercero de esos aparatos sea compartido con la Argentina y los otros dos socios del Mercado Común del Sur. La iniciativa cuenta con respaldo de la Globo Telecomunicaciones, el holding del poderoso Roberto Marinho en el país vecino, y de la italiana STET.

En caso de que el satélite sea colocado en una de las ocho posiciones de órbita larga ya aseguradas mundialmente por la Embratel, el proyecto admitiría capital estatal. Pero existen posibilidades de reservar exclusivamente para la actividad privada el desarrollo de la iniciativa, en una posición orbital propia.

Según expresó Santana a los funcionarios argentinos, existe mercado en el Cono Sur para un nuevo satélite de comunicaciones. "A medida que el MERCOSUR se va conformando, no sólo surgen necesidades de mayor utilización de satélites por parte de las redes de televisión, sino también para la transmisión de datos, el tráfico telefónico y todas las otras comunicaciones necesarias para la integración empresarial."

Al cruce de esos planes salió un nuevo proyecto, que puede ser "alternativo, complementario o competitivo", según dijo Venturino Giacomelli, de Telintar (en representación de Italcable que opera la empresa juntamente con Telefónica de España). De acuerdo con la carta de intención firmada con la brasileña Telebras y la uruguaya ANTEL, existen perspectivas para el tendido conjunto de un cable submarino de fibra óptica hacia 1994, con una inversión que rondaría los 100 millones de dólares.

El primer paso para evaluar la factibilidad técnico-económica del emprendimiento es la realización de estudios por parte de un grupo de expertos actualmente en formación y que trabajará durante 1992.

La idea es sumarse a la red mundial de interconexión por fibras ópticas que se pondrá en marcha en los próximos años con los cables submarinos Américas I (que interligará el continente americano) y Columbus II, que hará la conexión entre las Américas y Europa.

Página/12, 27/9/91

CATALOGOS
BAJO LA LUPA

Clarín ★ video

Para ponerse contentos

Se admite: son, mayormente, una forma de escapismo, un vehículo para la evasión. ¿Y qué hay de malo en eso considerando los golpes, sobresaltos y tensiones de la realidad? Por la vía del entretenimiento, los títulos que siguen, divertidas comedias adecuadas para la familia entera, permiten pasar hora y media —más o menos— sin mayores problemas.

Carrera contra reloj (Transeuropa) se estructura sobre una personalidad neurótica, la del maniático docente y director que compone **John Cleese.** Quien maneja su escuela desde un **bunker** con cristales y reloj en mano hasta que un día, por puro azar, llega tarde a tomar un tren y la cita, y su propia vida, se le complican. Es ahí cuando aumentan las sonrisas.

Mira quién habla (LK-Tel), de **Amy Heckerling**, fue un éxito mundial por su astuta combinación de romance adulto y niños pequeños. La madre soltera de **Kirstie Alley** no consigue que el casado **George Segal** regularice la situación, pero ahí aparece el taxista **John Travolta**. Que es buen mozo, trabajador y además quiere al niño. Y, claro, todos contentos. . .

En **Muchacho lobo 2** (Lucian), de **Christopher Leitch**, se continúa con la premisa que hizo de la primera un fenómeno de boletería y cimentó la carrera de **Michael J. Fox.** El no está, pero su lugar, como el primo, le corresponde a **Jason Bateman**, quien igualmente tiene la mala, familiar y heredada costumbre de hacerse crecer pelos y colmillos en el momento más inoportuno.

¿Quién engañó a Roger Rabbit? (Gativideo) llevaba a su máxima expresión un antiquísimo recurso del cine, la mezcla de actores con dibujos animados. Así, el detective de **Bob Hoskins**, investigando un caso con el sabor propio de la década del '30, se involucra con leyendas como **Bugs Bunny**, la eterna **Betty Boop** y muchísimos más. Un gran espectáculo.

Una primicia para el video, ya que curiosamente nunca se estrenó en los cines argentinos, **La fórmula mágica** (Bell Video) es el filme más difundido de quien llaman el Disney del Norte, el productor canadiense **Rock Detmers.** Quien supo visitarnos para concretar **El verano del potro.** En la que nos ocupa, un niño de 11 años aprovecha una receta que le hace crecer el pelo. . .

Por fin, una famosa por su elenco multitudinario. En **Es un mundo loco, loco. . .** (AVH), **Spencer Tracy** era el fatigado policía que, al borde del retiro, pensaba en algo más que atrapar a los enloquecidos que querían quedarse con el botín de un fallecido delincuente. Los buscadores eran **Ethel Merman, Mickey Rooney, Sid Caesar, Phil Silvers, Jonathan Winters** y otros.

John Tavolta, Kirstie Alley y el pequeño Jacob Haines, en las tiernas aventuras de "Mira quién habla".

Título	Calif.
Carrera contra reloj	★★★
Mira quién habla	★★★
Muchacho lobo 2	★★½
¿Quién engañó a Roger Rabbit?	★★★½
La fórmula mágica	★★★
Es un mundo loco, loco. . .	★★★½

Clarín, 2/8/91

Attaque 77: "No sabemos mucho de música"

"La política es un circo que ya no puede hacer reír a nadie", dicen los integrantes del grupo que se presenta el próximo 5 de octubre en el Estadio Obras.

(Por Daniel Riera) Se declaran "socialistas, simpatizantes del viejo peronismo de Perón", amantes del tango, especialmente de Angel Vargas o Julio Sosa. Admiten que "no sabemos mucho de música", pero afirman que "para lo que tocamos nosotros no hace falta saber demasiado. Si quisiéramos cambiar de estilo, ahí sí, tendríamos que aprender". Aseguran que prefieren "contar historias a bajar línea" y que están hartos "de los forros que porque grabamos dos discos nos acusan de vendidos y se bajan los pantalones ante cualquier tipo de afuera que venga a tocar". Son los Attaque 77, se hicieron famosos en el under local con una canción sobre una chica que va a ver a Boca, y consiguieron la difusión radial con una canción de amor.

El sonido de la banda —que el próximo 5 de octubre actuará en el Estadio Obras— recuerda, sobre todo en *Dulce Navidad*, su primer trabajo, a Los Ramones, célebre grupo punk neoyorquino que ya estuvo dos veces en la Argentina. "Nos sirvió bastante la onda de Los Ramones —reconocen—, ahora estamos tratando de zafar un poco." Recién con *El cielo puede esperar*, su segundo disco, lograron vivir de la música y el cantante Ciro pudo abandonar su trabajo de cartero en el correo. "Me preocupa un poco la idea de ser un tipo que toque para llegar a fin de mes, como un oficinista —dice—, le tengo miedo a eso. Antes, en el correo, me copaba caminando por la calle, era un momento muy anímico, muy para calmarme, para lograr paz interior." Acaso sea el único caso del músico que se queja porque puede vivir únicamente de su vocación.

Desglosan sus temas entre "una veta rebelde, que es la que predomina en Attaque, y una veta comercial, que es la que predomina en la radio, desde que alguien descubrió que 'Hacelo por mí' era bailable y ganchero. Lo que pasa es que cuando no hay plata tenés que gritar para que te escuchen y cuando tenés un mango podés usar un megáfono y se oye más fuerte", metaforizan.

Más propensos a hablar de la vida que de música, Ciro (voz), Mariano (bajo), Chino (guitarra) y Chito (batería) sostienen que "los punks, en la Argentina, son los pibes de la calle. Si les pegan, pegan; si les roban, roban: no les importa nada porque no tienen nada que perder. Los punks ingleses tenían seguro de desempleo, los pibes de la calle, no. Tienen diez mil veces más aguante que cualquier inglesito, cada vez están más adentro. No es divertido ser un pibe de la calle, no es una moda ni un 'look', como puede haber pasado con algunos punks".

Como muchos jóvenes rockeros, se sintieron descolocados cuando se enteraron de que el candidato que hablaba de cerrar tempranito las discotecas será el próximo gobernador de la provincia de Buenos Aires. Sacaron algunas conclusiones agresivas. "Parte del pueblo es bastardo, es careta, las elecciones reflejan eso", opinan. "Es triste, alguno se va a enojar, que va'cer. Es así. La política es un circo que ya no puede hacer reír a nadie. Palito Ortega era divertido cuando cantaba canciones; ahora, con el poder en Tucumán, va a ser patético. Reutemann, cuando corría carreras, te entretenía un poco. Como gobernador de Santa Fe, va a ser un mal chiste. Ahora se nota más que nunca la forma de moverse de estos tipos: cuando se acercan las elecciones tratan de parecer simpáticos y llaman a chabones, faranduleros, deportistas, etcétera. El problema viene después, cuando las cosas se ponen demasiado jodidas como para tomárselas a risa."

Tuvieron algunos problemas de difusión alguna vez, cuando grabaron "Hay una bomba en el colegio", la historia de una parejita que llamaba a la escuela para mentir que había una bomba y hacer la porquería, tranquilos, en un aula. "En el patio la maestra grita, y nosotros dos cogemos", repetía el escribillo. Ahora, en su primer Obras, estos pibes a los que les gusta catalogarse "marginales" y "de barrio" (acaso un contrasentido) tendrán la oportunidad de demostrar que "ahora nos importa sonar bien, nos rompemos el culo ensayando, no como antes, que nos daba lo mismo".

Página/12, 27/9/91

Hendrix, Bowie, Mc Hammer y los Stones anuncian las mejores marcas

PARA VENDERTE MEJOR

El viejo Jimi Hendrix vuelve a producir divisas de la mano de un comercial de jeans. Desde la tumba, su música se une a la de otras estrellas que han encontrado en los productos de la sociedad de consumo un buen socio para generar dinero. La identificación de algunas marcas con el público de rock, los matrimonios más famosos entre publicidad y divos, las ganancias que puede dejar una leyenda y otras leyes del mercado, en esta nota.

Jimi Hendrix está muerto pero vende jeans. A veinte años de su paso a mejor vida. el diablo cherokee todavía aparece como **el más salvaje monstruo de la guitarra eléctrica y símbolo inequívoco de furia y rock and roll.** Perceptiva y audaz, **la cúpula de Wrangler Co. puso el ojo sobre su figura y desató un paquete que la muerte había cerrado** hace algo más de dos décadas, en setiembre de 1970. **Crosstown traffic**, una de las piezas de Hendrix incluidas en su álbum **Cornerstones**, fue usada por Wrangler para **sonorizar la nueva campaña de vaqueros lanzada hace poco en los Estados Unidos.** **"La muerte de Jimi fue el acto más lucrativo de su vida"**, escribió **Noel Redding**, con original de **The Jimi Hendrix Experience**, en **Are you experience?**, su biografía libre sobre la explosiva existencia de su compadre. Y es más que posible que así sea.

Nacido en Seattle, Estados Unidos, en 1942, Hendrix irrumpió en Gran Bretaña durante los turbulentos sesenta, revolucionando el modo de pulsar las seis cuerdas e inyectando la energía necesaria al por entonces pacífico rock and roll. **El informe oficial consigna que el músico murió en su apartamento de Londres, el 18 de setiembre de 1970**, pero una serie de declaraciones vertidas por la joven sueca que compartió su último sueño **—quien responsabilizó a los enfermeros del Birmingham Hospital y dijo que Hendrix murió en la ambulancia por una atención negligente—** extendieron un manto de dudas sobre ñas circunstancias de su desaparición.

"Una parte del suceso del comercial está relacionado con lo que Hendrix aún simboliza. La otra parte del mito está en la brevedad de su vida, en el factor James Dean. Más adentro, en la oscuridad, está el poder de Hendrix, del que aún permanece su modo de tocar. Sólo veinte segundos de cualquiera de sus discos alcanzan para reconocerlo y verdaderamente pocas personas provocan una identificación tan clara", declaró **William Piggs,** ejecutivo de marketing de la poderosa marca norteamericana de jeans. Hoy por hoy, también los **Stone Roses,** una de las nuevas bandas británicas que más han sonado durante 1990, también citan a Hendrix entre las más poderosas de sus influencias y **la movida de Manchester** —viento renovador de la nueva música británica— encuentra la mitad de su contenido en **el indie dance** —música para bailar que combina psicodelia con house music— y responsabiliza del resto a al guitarrista zurdo. **"Jimi Hendrix es lo más** —dijo **John Squire,** guitarra de Stone Roses—. **Durante los sesenta trató de abrir la cabeza de la gente y nosotros estamos tratando de hacer lo mismo pero en los noventa. Es una de las pocas personas que realmente admiro".**

La elección del tema para el comercial de jeans **surgió de una encuesta realizada entre los consumidores del producto que ubicaron a Hendrix por encima de las más brillantes estrellas vivas del rock and roll.** Wrangler sonorizó el aviso con "Crosstown traffic" y **el impacto fue instantáneo.** Rodado en Nueva York, **el tape muestra a un joven taxi driver que abandona su automóvil en el medio de Manhattan y se escapa a Miami.** La empresa lanzará próximamente el segundo comercial de la campaña, que **incluye imágenes de Hendrix en vivo.**

La utilización de la leyenda y la música de Hendrix con fines diversos alcanzó ribetes novelescos cuando en 1990 la división del ejército norteamericano comisionada por **George Bush** para desalojar al general **Manuel Antonio Noriega** de la embajada del Vaticano en Panamá recurrió a **Voodoo Chile**, un tema del guitarrista incluido en **Electric Ladyland**, para arrinconar al panameño debajo de su cama. **Un helicóptero con un poderoso equipo de sonido arrojó sobre la embajada una batería de violento rock and roll para amedrentar a Noriega** y, según informaron algunos marines que participaron en la operación, "Voodoo Chile **acabó siendo la más pesada bomba jamás utilizada por la U.S. Army".**

→

Clarín, Suplemento Joven, 3/5/91

Si su ex compañero Redding, que aún suele revolcarse por algunos escenarios europeos pulsando por amor su viejo bajo Fender, sabe de qué habla cuando dice que la muerte fue el más lucrativo de los actos cometidos por Hendrix (su trágica colección de episodios **lleva reunidos más de un millón de dólares en derechos de autor**), **Mitch Mitchell,** batería del legendario trío, puede estar más que seguro. La edición de **The Hendrix experience**, una colección de notas tomadas por él durante su pertenencia al grupo, lo ha devuelto al tapete, ahora como escritor. Por cierto, los derechos de autor del libro no alcanzan lo reunido por Redding, seguramente porque el material incluido por Mitchell **sale de lo trágico, esquiva el amarillismo y retrata al guitarrista como un tipo simple y desquiciado**. "No me interesa la tragedia. **Por un lado, con la muerte alcanza y, por otro lado, Jimi tenía un espectacular sentido del humor. Creo que era por eso que gustaba tanto a las chicas, porque era un tipo verdaderamente divertido"**, comentó el baterista. Sin embargo, la necrobatalla quedó empatada cuando **en abril de 1990 Sotheby's remató en Londres una de las Fender Stratocaster de Hendrix en la nada despreciable suma de 350.000 dólares y se los giró a Mitchell.**

Aún quedan algunas personas que no han dicho ni escrito una sola palabra sobre mítico rocker. **Chas Chandler**, el primer bajista de **The Animals** —que veinticinco años atrás compartió con Hendrix el mugriento escenario del Bump Club del Greenwich Village de New York hasta que el guitarriste dejó los EE.UU. para instalarse en Londres—, dijo que había considerado la posibilidad de escribir un libro sobre aquellos días: "Creo que cuando esté cerca de morir dedicaré unos meses a los viejos tiempos. Lo merecen", dijo. Por otra parte, **George McManus** —uno de los gordos peces de escritorio que pilotean el destino de la Polydor International y responsable del convenio con la casa de jeans— manifestó su sorpresa cuando **Cornerstones** trepó en enero pasado, y a 22 años de su edición original, hasta calzar en el quinto escalón de la lista de ventas de Gran Bretaña. **"Jamás desapareció. Es más que improbable que, después de su muerte, el rock and roll haya parido un tipo como Jimi. Nadie jamás se atrevió a tanto. Debemos estarle agradecidos"**, dijo.

Todos ponen

Cada vez son más las grandes corporaciones que, a la hora de estimular la demanda de sus productos, recurren a los favores del rock'n'roll. Si Wrangler no tuvo empacho en resucitar la incendiaria guitarra de Hendrix para su última campaña publicitaria, su principal competidora, Levi's, tampoco anduvo con vueltas. **El último de una serie de ocho avisos, difundido por las principales cadenas televisivas británicas desde hace algún tiempo, revivió a los mismísimos padres de la contestación punk, The Clash. "Should I stay or should I go"** fue el tema elegido por la marca de vaqueros para ilustrar musicalmente el spot, **decisión que no solo tuvo consecuencias favorables en la venta de pantalones sino que además re-lanzó a los primeros puestos del ránking a Strummmer y compañía.**

Si bien el reciclaje publicitario de viejos hits no es un fenómeno reciente, recordar sino los ya antológicos casos de **Tina Turner, David Bowie** y **Michael Jackson** luciendo la camiseta de una gaseosa a mediados de la década pasada, el suceso paralelo de esas canciones es una novedad. Lo confirma el simple más vendido de 1990 en Gran Bretaña, **Unchained melody**, tema grabado hace un par de años por **The Righteous Brothers** e incluido en la banda promocional de la película **Ghost. Steve Miller** con **The Joker** (Levi's), **Bobby Vinton** con **Blue Velvet** (Nivea), **MC Hammer** con **U can't touch this** (British Knights), **The Rolling Stones** con **Satisfaction** (Snikers) y el improvisado dúo **Tina Turner-Rod Stewart** con **It takes two** (Pepsi) se cuentan entre las luminarias que, últimamente, han cedido perlas de sus colecciones a cambio de generoso efectivo.

Entre nosotros, por algunos dólares menos, tampoco escasean los ejemplos. Inevitables al momento de hacer un rápido recuento aparecen **JAF** prestando su voz para un comercial también de Pepsi, las tandas de la **FM Rock** and Pop sobre canciones de **La Torre, Luis Alberto Spinetta** y **Andrés Calamaro,** o **Fontova** declamando las bondades de Hepatalgina.

POR ORDEN DEL COMFER

Clausuraron canales y radioemisoras ilegales

León Guinsburg

El Comité Federal de Radiodifusión felicitó a las autoridades de la Prefectura Naval Argentina, que procedieron a **decomisar y clausurar radioemisoras ilegales que funcionaban en la zona del Delta.**

Fuentes del COMFER explicaron que el interventor, **León Guinsburg**, habría ordenado el inmediato decomiso de dos canales de televisión que estarían operando en el conurbano bonaerense. Se trata de los canales 5 de Lanús y 6 de Lomas de Zamora, los cuales figuran como **clandestinos** en el COMFER, es decir, no han cumplimentado los requisitos para irradiar programas o señales.

Guinsburg ordenó que se verifique el cumplimiento de todas las normas que fijan las leyes vigentes, para el funcionamiento de las emisoras de radio y televisión instaladas en el país.

♦ **Estudian casos similares**

El Departamento Legal del COMFER está estudiando la jurisprudencia existente en temas relativos a trasgresiones de tratados internacionales, que —como sucede en Río de Janeiro— **establecen el uso de frecuencias para canales de televisión.**

El Comité recibió el apoyo de letrados y jurisconsultos en derecho internacional en comunicaciones.

Clarín, 13/9/91

(12a) Ahora podés elegir vos un tema de investigación cualquiera y buscar material de lectura a partir del cual puedas armar un conjunto de hipótesis.

Una entrevista para la radio puede ser "en vivo" o "pregrabada"; en este caso, la entrevista va **editada**: se seleccionan las partes más adecuadas y se determinan las diferentes entradas (salidas al aire).

(13) A continuación vas a encontrar una entrevista. Editala con un compañero de modo que al grabarla (uno es el periodista, el otro es el entrevistado) no supere los tres minutos. Es importante que lo esencial de la entrevista esté en la versión editada. Traten de que suene "hablada" y no "leída".

¿Cómo influye la crisis en los gustos de la gente? (o el éxito de los libros que enseñan a triunfar)

por Daniel Ulanovsky Sack

Hay mitos que tienen patas cortas. Se supone, por ejemplo, que los jóvenes casi no leen libros: sin embargo, son los que más lo hacen. Se cree que los juegos de computadoras estupidizan, cuando —al contrario— suelen exigir una participación muy activa. Se piensa que a los museos va la gente adinerada, pero se ignora que el 80 por ciento de los que concurren son de clase media baja. Para saber qué sorpresas develan los hábitos culturales de los argentinos, dos sociólogos —Ariana Vacchieri y Luis Alberto Quevedo— pidieron a más de 600 personas que contaran sus actividades y que explicaran, entre otras cosas, por qué prefieren el video al cine, qué razones los llevan a quedarse un sábado a la noche sin salir, y de qué forma creen que los "libros-receta" pueden ayudarlos a paliar la crisis. Pese a su juventud —30 años, ella; 37, él— Vacchieri y Quevedo están desarrollando, en el Centro de Estudios de Estado y Sociedad, una de las teorías más complejas sobre las costumbres de los argentinos, en un trabajo coordinado por el filósofo Oscar Landi. Esto les permite explicar por qué la gente presta apoyo a programas o a películas que supuestamente rechaza y, por otra parte, vincular el crecimiento de las bailantas con la discriminación racial en las discotecas.

—Es usual que padres y maestros critiquen a los jóvenes —y de paso al videoclip, a la música y a la televisión— por ser poco amantes de los libros. Ustedes detectan, sin embargo, que los adultos leen menos que ellos. ¿Por qué esa costumbre de buscar la paja en el ojo ajeno y no la viga en el propio?

—Ariana: El videoclip o la música tecno usan una estética nueva, distinta, que puede no gustar a personas mayores. Entonces —como es usual criticar lo que se desconoce— hay quienes les achacan cualidades negativas y, entre ellas, el hecho de que alejan a los jóvenes de la lectura. Esa idea está tan asentada que a nosotros mismos nos sorprendieron los datos de la encuesta: el 55 por ciento de quienes tienen entre 15 y 24 años leyeron al menos un libro durante el último año. Si bien este porcentaje no es el ideal, disminuye aún unos diez puntos —y a veces más, según la edad— cuando se trata de gente adulta. Para estar seguros, no tuvimos en cuenta los libros de textos ya que los jóvenes suelen leerlos no por propia voluntad sino por una obligación escolar o, incluso, universitaria. De todas formas, no sabemos si hay un resurgir de la lectura o si, simplemente, los jóvenes leen más que los adultos, de la misma forma que alquilan más películas, compran más discos y van más a bailar. La gran pregunta pasa por saber si dentro de quince años seguirán leyendo con la misma asiduidad que hoy.

—Más allá de las diferencias entre jóvenes y no tan jóvenes, ¿qué se lee hoy en la Argentina? ¿Influye la crisis en los gustos de la gente?

—Luis: Existe una relación entre la situación sociopolítica y los libros que se leen. Cuando la Argentina retornó a la vida democrática, llegó el auge de la literatura testimonial y de denuncia: Malvinas, desaparecidos, historias de negociados. Muchos de estos libros dieron lugar, además, a películas exitosas como **Los chicos de la guerra** o **La historia oficial**. Unos años más tarde, empezó a sentirse el peso de la crisis con mayor fuerza. La gente necesitó apoyo y algunos lo buscaron en los "libros-receta": cómo conseguir trabajo, convertirse en un ejecutivo, tener éxito con las mujeres o hacer el amor con la misma persona durante cincuenta años sin aburrirse. Este tipo de literatura, que tiene picos esporádicos, convive con géneros y autores que se leen más allá de los vaivenes políticos o económicos. Un hecho interesante es el buen nivel de ventas que registran los cuentos y las novelas policiales.

¿Tango o rock?

—Me llamó la atención que el rock fuera la música más escuchada en la Argentina, de acuerdo

con la encuesta que realizaron. Suponía que, más allá de los jóvenes, no tenía gran popularidad y que el tango o la canción melódica interesaban a sectores más amplios.

—**Luis:** Tu idea es, en parte, correcta. Pero la juventud es uno de los principales "consumidores" de música y por eso sus opiniones, en el conjunto de la sociedad, tienen un valor más importante que el de otros grupos. De todas formas, yo hago una lectura distinta de la encuesta. El tango aparece como la segunda preferencia musical de los argentinos o, incluso, la primera si al rock lo dividimos en nacional y extranjero. Habría que preguntarse, entonces, por qué se escucha tanto, pese a que durante años se lo presentó como un estilo estancado en una época y en una generación. Muchos jóvenes dicen que el tango, después del rock, es la música que más les gusta.

—Las bailantas tropicales son un fenómeno nuevo en Buenos Aires. ¿Por qué una música simple, desconocida hasta hace poco, convoca a tanta gente?

—**Ariana:** Hay que tener en cuenta que la cumbia, el cuarteto y la música tropical hace tiempo que congregan a la gente en el interior. La "Mona" Jiménez, por ejemplo, había ganado varios discos de oro antes de ser conocido aquí. ¿Por qué ahora se da este crecimiento en Buenos Aires? Hace diez o quince años, se bailaba música "soul" que, aunque sajona, llevaba un ritmo más latino. Eso se fue modificando y aparecieron dos vertientes: una derivó hacia la música disco y tecno y la otra se confundió con ritmos provenientes del interior. De esta última surge la bailanta. Pero, además, hay un hecho social que ayuda a su crecimiento. En las discotecas tradicionales empezó a haber una discriminación racial fuerte: a los "morochos" no los dejan entrar.

—Muchas veces un matrimonio, o toda la familia, se queda en su casa el sábado a la noche a mirar televisión. ¿Lo hace porque no tiene plata para salir o porque le gusta estar adentro?

—**Luis:** Influyen varias cosas. Nosotros preguntamos a la gente por qué miraba televisión y la mitad respondió "porque me gusta". La segunda razón en orden de preferencias fue "porque prefiero quedarme en casa" o "por falta de seguridad para salir de noche". Una gran parte de la población, entonces, asocia el hecho de mirar televisión en su casa con una situación placentera y de tranquilidad. Esto rompe el prejuicio de que la gente lo hace sólo por resignación. De todas formas, no podemos dejar de lado la crisis económica. Si todo el mundo tuviera dinero para ir —en una misma noche— al cine, a cenar y, por último, a tomar un café, quizá las respuestas serían distintas. Pero si uno tiene que tomarse un ómnibus y llegar al Centro sólo para una de estas actividades lo piensa dos veces. Y, posiblemente, prefiera quedarse en su casa, tranquilo. De esa forma —en un sentido amplio— lo económico sí influye en los gustos y costumbres.

Comer en el cine

—La gente —dicen las estadísticas— va cada vez menos al cine. Mientras, el alquiler de películas va en aumento. Aunque siempre se suele criticar a las nuevas tecnologías, ¿el hecho de ver un video en la casa, con amigos, no es más lindo que estar sentado en el cine?

—**Luis:** Son hechos distintos. El video forma parte de la "cultura a domicilio" donde uno se arma el propio programa. Detiene el filme, pasa una parte dos veces, saltea otras y —en tanto— conversa con amigos y come o toma algo. En Estados Unidos ya hay salas que sirven aperitivos y sandwiches e, incluso, existen algunas con un lugar de reunión donde la gente va a fumar o se sirve un plato frío en el intermedio o, aún, en medio de la película. Es una forma de reconstruir la libertad de movimientos dentro de la sala cinematográfica y ver si así se logra frenar la caída de espectadores. Quizá, con esta moda, vuelva algo de la década de los '50, cuando el cine era toda una ceremonia: la gente se vestía especialmente y la sala se convertía —antes y después de la película— en un lugar de reunión social. Antes la gente no sólo iba al cine a ver una película sino también —especialmente los jóvenes— para lograr un "espacio" con cierta intimidad. Allí podía abrazarse o darse un beso, cosas que ahora son absolutamente admitidas en público. Hace treinta años el cuarto de los adolescentes permanecía abierto; ahora es una especie de "zona liberada" donde, si la puerta está cerrada, los padres no entran. Esto hace que los jóvenes tengan menor necesidad de buscar lugares alternativos para su intimidad.

—Si un joven dice "voy a ver una película" parece algo inaceptable. Pero si, en cambio, se queda a jugar con los "video-games" la familia lo suele acusar de perezoso. ¿Qué diferencia existe entre una actividad y otra?

—**Ariana:** Hay un desplazamiento de lo que se denomina la "teoría de la alienación". Durante los últimos veinte años se suponía que la televisión era una especie de droga que alienaba a la gente y que no le permitía gozar de su tiempo libre sino sentado frente a la pantalla. Se aseguraba, además, que el público tomaba como verdad todas las cosas que veía y que intentaba, automáticamente, repetirlas. Por ejemplo, que un chico creía que podía volar por ver a Superman. Ahora se sabe que la cosa no es así. Se acepta que la televisión tiene muchos usos, que informa, que entretiene y que hasta muestra comportamientos que pueden ser novedosos. Entonces, como la televisión ya no resulta el ogro que se pensaba, ahora se cargan las tintas contra los juegos de computadora: se dice que los chicos no se despegan de las máquinas, que de esa forma no se relacionan entre sí, que se vuelven solitarios, que no leen. Y nada de eso está comprobado.

—Cuando surgió el "walkman", hace unos diez años, muchos sociólogos creyeron que aislaba a los adolescentes de su medio. Bastaba —creían— con ponerse los auriculares y olvidarse de todo. Sin embargo los jóvenes prefieren ahora enormes reproductores cuyo sonido obligan a compartir a quien se les acerque. ¿Qué pasó en estos diez años para que la forma de escuchar música cambiara tanto?

—**Luis:** Efectuás un análisis que no considero correcto. Ahora también hay gente que usa "walkman". La diferencia, en este caso, no es de época sino de carácter. Siempre hubo personas que buscaron aislarse y el caso típico es el hombre leyendo el diario durante el desayuno, sin hablar ni mirar al resto de la familia. En tanto, otros hojean el mismo diario y lo usan para relacionarse: comentan la información, opinan sobre las noticias, critican algunas declaraciones. Con los jóvenes pasa lo mismo. Algunos necesitan —por el motivo que sea— aislarse y recurren al "walkman"; otros son más amigos de compartir y llevan el radiograbador encendido a todo volumen. No se trata de un hecho generacional; simplemente es una cuestión de personalidad. Respecto a que los jóvenes imponen su música, ellos no lo ven igual. Cuando están en un lugar público colocan el volumen al mismo nivel que en sus casas y no lo hacen para molestar al resto de la humanidad sino porque ésa es la intensidad a la que están acostumbrados. Es cierto que a algunas personas les puede molestar pero, por favor, no construyamos una teoría de la "agresión hacia los mayores" cuando sólo se trata de un cambio de hábito.

Adaptación de Clarín, 9/12/90

(13a) Grabá una entrevista larga de la radio o la TV. Editala de modo que el sentido de las respuestas cambie. Que no dure más de dos minutos. Compará en clase las dos versiones.

Los testimonios son siempre un buen elemento para contextualizar la investigación y ver lo que la gente piensa del asunto.

(14) Grabá veinte testimonios en la calle sobre algún acontecimiento importante de la semana. Editalos de modo que no superen los cuatro minutos de duración (elegí los mejores testimonios, **o los que más te sirvan para tu propio punto de vista**).

(14a) Ahora la mitad del curso sale a buscar testimonios sobre la **pena de muerte** mientras la otra mitad se queda a planificar la investigación, buscando lecturas, etc.…

(15) Retomá el tema de investigación que planificaste en la consigna (12a). Armá la investigación completa con testimonios, entrevista y texto propio. Puede incluir fragmentos musicales y no debe tener una duración mayor de diez minutos si sale al aire de una sola vez o mayor de quince, si va en dos entradas. En ese caso hay que introducir una presentación de la segunda parte por si alguien se perdió la primera.

(15a) Hacé de cuenta que tenés un programa diario. Programá las investigaciones de toda una semana (cinco). Tratá de definir a quién harías entrevistas, quiénes brindarían testimonios, qué instituciones podrían dar información. ¡Usá la guía de teléfonos que para eso está!

(16) No hay que olvidarse de la música. Programá cuarenta minutos de música para un programa que se llama "Los dorados sesenta".

(16a) A veces, hay programas que compaginan la música en relación con el tema del programa. Programá veinte minutos de música para cada uno de los siguientes programas de una hora del ciclo "El General Interés":

- La locura.
- El dinero.
- La marginación social.

(16b) Otra manera de programar música es dedicar todo el programa a un músico o grupo. En ese caso sería bueno preparar textos de presentación del músico o grupo de que se trate. ¿Lo hacés?

(17) Con todos los ejercicios que hiciste hasta ahora podés hacer un programa de una hora de duración que tenga más o menos la siguiente estructura:

- Música.
- Radioteatro.
- Investigación periodística.
- Agenda.

¡Naturalmente, no necesariamente en ese orden! ¿Qué te parece si armás el programa?

(17a) Lo primero que hay que hacer es una rutina del programa: una especie de guión donde se indica cada cosa que entra con la duración exacta. También se escriben los textos de locución. No te olvides de tener en cuenta las cortinas y los separadores de cada sección.

(18) ¿Querés que te diga algo? ¡Ya tenés una radio armada! Podés pasar un programa, por ejemplo, durante el mediodía en la escuela. O podés ir a una radio barrial. O podés tratar de instalar una radio vos mismo (digo: la antena y el transmisor). La estructura que te propuse es meramente un ejemplo: ¡seguro que vos podés pensar programas mucho mejores!

Televisión y Video

Si se pudiera analizar la estupidez, dice Rolando Barto, toda la televisión se derrumbaría. Yo no le hago demasiado caso, pero a veces coincido con él en esa fascinación (la televisión es fascinante) por la vacuidad y la chatura del medio.

Juan Beryer también detesta la TV; en su caso es porque está dominada por los patrones de la publicidad.

Lo cierto es que yo a veces prefiero ver publicidades y no programas: es clara la razón por la que la publicidad existe y son claras sus maneras de hablarle a la gente. Pero es oscura la razón de existencia de los programas de TV y son muy oscuras sus maneras de hablarle a la gente.

(1) **Sacale el audio a tu televisor y seguí un capítulo de esos programas que solés ver. Tratá de contar en un papel lo que va pasando. Vas a ver qué difícil es.**

(1a) **Sacale el audio a las publicidades y vas a ver que más o menos se entiende todo.**

Imágenes, imágenes. La publicidad es un mundo de imágenes cuya única intención es demostrarnos que nuestra vida actual es bastante miserable y que podemos transformarla en una vida plena, feliz y opulenta si decidimos invertir el dinero que tenemos en los productos que supuestamente nos garantizarían esa felicidad. No es

la menor de las contradicciones de la publicidad. La publicidad no puede hablar de nuestro pasado ni de nuestro presente. Sólo puede fingir que habla de nuestro futuro, un futuro de felicidad siempre inalcanzable: si pudiéramos ser felices, ¿para qué habríamos de seguir consumiendo? ***Juan Beryer***

(1b) Mirá una película de Buster Keaton cualquiera y comparala con el programa de TV más "divertido" que haya. ¡No me digas que no hay diferencias!

(2) Estos son unos cuadros que resumen algunos tramos de una investigación sobre públicos y consumos culturales[1], específicamente referidos a la TV, a lo que la gente piensa de la TV. ¿Serías capaz de "leer" las conclusiones que el cuadro muestra y ponerlas por escrito?

LC 21

La gente ve televisión para entretenerse y no para educarse

	Ninguna/ Primaria incompleta	Primaria completa	Secundaria incompleta	Secundaria completa	Universitaria incompleta	Universitaria completa
100 %	**8 %**	**33 %**	**23,8 %**	**19,5 %**	**9,7 %**	**6 %**
Muy de acuerdo	37,5 %	40,4 %	51,0 %	50,4 %	63,8 %	55,6 %
Más o menos de acuerdo	37,5 %	33,3 %	31,5 %	39,3 %	17,2 %	25,0 %
En desacuerdo	10,4 %	17,2 %	11,9 %	6,0 %	15,5 %	11,1 %

La TV ofrece muchos programas que complementan los temas de la escuela

	Ninguna/ Primaria incompleta	Primaria completa	Secundaria incompleta	Secundaria completa	Universitaria incompleta	Universitaria completa
100 %	**8 %**	**33 %**	**23,8 %**	**19,5 %**	**9,7 %**	**6 %**
Muy de acuerdo	16,7 %	15,7 %	11,2 %	10,3 %	—	—
Más o menos de acuerdo	18,8 %	24,2 %	23,1 %	16,2 %	10,3 %	16,7 %
En desacuerdo	43,8 %	45,5 %	55,2 %	62,4 %	84,5 %	69,4 %

La TV ofrece muchos programas que complementan los temas de la escuela

Respuesta	Nivel Socio-Económico ABC1	C2	D1	D2E
Muy de acuerdo	4,7 %	5,4 %	11,7 %	20,2 %
Más o menos de acuerdo	16,3 %	22,1 %	19,7 %	20,2 %
En desacuerdo	69,8 %	64,4 %	54,5 %	44,0 %
Otra/No sabe/No contesta	9,2 %	8,1 %	14,1 %	15,6 %

1 Oscar Landi, Ariana Vacchieri y Luis Alberto Quevedo. ***Públicos y consumos culturales en Buenos Aires***. Buenos Aires, CEDES, 1990.

Más allá de la calidad de los programas de TV, lo que importa es pensar un poco en la TV como medio, en sus efectos sobre la audiencia y en sus efectos sobre el campo general de la cultura.

Si es muy difícil hablar de la TV es porque estamos metidos dentro de su propio sistema, así como es difícil hablar de nosotros mismos, ¿verdad? Fijate lo que alguien podía decir cuando la TV recién empezaba:

> [La televisión] difiere de la cinematografía en que, a semejanza de la radio, lleva el producto a la casa de los consumidores. Los cuadros visuales son mucho más pequeños que en el cine. El público norteamericano no gusta de esa pequeñez y, por lo tanto, se trata de agrandar las imágenes, aun cuando parezca difícil que, en viviendas privadas amuebladas, pueda alcanzarse una dimensión que dé la ilusión de un tamaño real. Quizás puedan proyectarse las imágenes en las paredes. Con todo, esa necesidad es rica en sugestiones. Por un lado, el formato miniatura de los hombres en la pantalla del televisor impediría la acostumbrada identificación con el héroe. Las personas que allí aparecen y hablan con voz humana, son enanos. No pueden ser tomados en serio, de igual forma como lo son los actores de cine (...). El hombrecito y la mujercita que son recibidos por el televisor en la casa, se convierten, para la percepción no consciente, en juguetes. El espectador quizás extrae algún placer de esa circunstancia: lo siente como cosas de su propiedad, sobre las cuales puede disponer, sintiéndose superior a ellos.
>
> A este respecto, la televisión se aproxima a las historietas cómicas gráficas (...). Pero a diferencia de ellas, que no aspiran a ningún realismo, en la televisión se mantiene la confusión entre las voces, reproducidas con casi naturalidad, y las imágenes reducidas en tamaño (...). Las observaciones referentes al papel de la dimensión absoluta de los objetos que aparecen televisados, no pueden separarse de las relativas a la específica situación en que se ve televisión, la del cinematógrafo doméstico. También ella dará mayor fuerza a una tendencia de toda la industria cultural*: la de disminuir, literal y metafóricamente, la distancia entre el producto y el observador.
>
> *Adaptación de **Adorno, Th. W.** "Prólogo a la televisión" (1953), en **Intervenciones**. Caracas, Monte Avila, 1969.*

(3) Discutí con tu profe lo que dice Adorno. Compará con la posición de McLuhan en las lecturas complementarias.

LC 22

El medio videográfico, el video, abarca una serie de fenómenos heterogéneos:

- la televisión (abierta, por cable o codificada).

(4) Investigá las diferencias entre las distintas formas de TV:

ULTRA VISION Y ULTRA CANAL, PIONEROS DE LA TV CODIFICADA

Después de muchas idas y venidas que fueron creando considerable expectativa, la empresa **L.V.R.** puso finalmente en el aire sus canales de televisión codificada (los primeros de la Capital Federal), que llevan los nombres de **Ultra Visión** (Canal 22) y **Ultra Canal** (Canal 24).

Estos nuevos medios de comunicación transmiten en las bandas **U.H.F.** (Ultra Alta Frecuencia) desde **"Estrellas Producciones"** y tienen su antena instalada en la cúspide de la torre del **Parque de la Ciudad**, sirviendo en forma eficiente a toda la Capital Federal y el Gran Buenos Aires, con una cobertura que supera los 25 kilómetros de radio, donde se encuentran más de diez millones de potenciales televidentes, tomando en cuenta un promedio de 3,3 televidentes por cada televisor conectado al sistema.

Las autoridades de la empresa consideran que están dadas las condiciones para que, si esta novedosa modalidad televisiva alcanza el éxito esperado y la suerte acompaña, estos canales codificados puedan lograr la misma trascendencia que los canales abiertos de nuestra ciudad.

Cabe señalar que ambos canales transmiten **las 24 horas del día**. Ultra Visión ofrece películas especialmente elegidas para todo público, más seis horas diarias dedicadas a la difusión de una completa gama de eventos culturales, mientras que **Ultra Canal** conforma su programación con películas y eventos deportivos generalmente transmitidos desde el exterior, pero narrados por especialistas argentinos. Otra particularidad está dada en que **ninguno de los canales utiliza tandas comerciales**, pero sí difunde toda clase de mensajes comunitarios.

La licencia otorgada por el **COMFER** abarca un período de **quince años** contados a partir del inicio de las transmisiones, que podrá ser prorrogado por un lapso de **diez años más**, hasta totalizar veinticinco. Si el éxito acompaña esta original iniciativa, los dos canales pueden llegar a convertirse, en un futuro no muy lejano, en cuatro o cinco que incluyan en sus programaciones varios programas en vivo.

Por el lado de **Ultra Visión**, se anuncia ya la presencia de **Bernardo Neustadt** (con su ciclo **"Frente a frente"**), **Antonio Carrizo** (**"Imágenes de la cultura"**) y **Tito Garabal** (**"Punto de apoyo"**), además de la proyección de películas como **"Las aventuras del barón Munchausen"**, **"Dios se lo pague"**, **"La fuerza samurai"**, **"El ladrón de Bagdad"** y **"Poncio Pilatos"**, entre muchísimas otras.

En cuanto a la programación de **Ultra Canal**, el deporte tendrá un lugar preferencial: **Fútbol inglés en vivo, Golf internacional en vivo, Béisbol en vivo, Boxeo internacional en vivo, Automovilismo internacional en vivo** y toda competencia de importancia que se realice en cualquier parte del mundo. También habrá espacio para el buen cine, series como **"El agente de Cipol"** y los documentales de **Jacques Cousteau.**

Las "Imágenes de la cultura" son responsabilidad de Antonio Carrizo.

Crónica, 12/9/91

■ el videocasette (copias en videocasette de películas hechas para cine).

(5) Discutí con tu profe las consecuencias socioculturales de que la gente vea películas en video y no en cine.

La jaula de hierro: no salgo a la calle, me quedo en mi casa, no me cruzo con gente, no comparto la experiencia cinematográfica, no me someto a la sala a oscuras, no escucho comentarios a la salida del cine. Estoy aislado frente a la pantalla de TV. Solo, soy más controlable. ***Miguel Fucó.***

■ el video hogareño (grabaciones de eventos importantes para la familia o hechos de la vida cotidiana).

(6) Preguntale a personas que tengan cámara de video qué graban y por qué lo hacen. No aceptes respuestas fáciles ("cualquier cosa", "porque sí"): insistí hasta que te digan realmente lo que piensan o creen. Podés grabar las respuestas e incluso (si tenés cámara de video), ¡hacer un video sobre el video hogareño!

■ el video artístico (uso estético del medio).

(7) ¿Cuál es la forma más difundida de video artístico? ¿Cuáles son sus características?

(7a) A continuación vas a poder leer dos textos sobre video artístico. Leelos con atención como para poder tener idea de qué se trata.

Video Industria Argentina

Una muestra sobre la producción del video argentino durante 1990, sirve para poner en evidencia la madurez alcanzada por el género y sus realizadores. En este informe van detallados algunos logros internacionales, una radiografía de los mejores exponentes y la opinión de los protagonistas sobre el estado de las cosas.

Desde el próximo martes 16 y hasta el viernes 19 **la vanguardia de la creación de imágenes se da cita en el Instituto de Cooperación Iberoamericana** ante el ciclo **Buenos Aires Video III**, un evento que reúne **24 trabajos que tienen como soporte final al medio video y fueron realizados durante 1990**: desde documentales hasta ejemplares del video arte y la animación computadorizada, pasando por el clip. Aquí van conceptos y propuestas de algunos de los participantes en las jornadas, una especie de síntesis del panorama del video en la Argentina.

Carlos Trilnick, curador de la muestra, señala: **"Tal vez lo más relevante del video argentino sea la pluralidad de propuestas. La producción de video —a pesar de ser independiente— está muy lejos de ser amateur y se encamina hacia lo profesional.** Las bandas de sonido de todos los videos son originales y las actuaciones están bien cuidadas. **Hay una resignificación del documental, que dejó de ser una sucesión de testimonios directos a la cámara y está centrado en una cosa más poética".**

"El video está **creciendo como medio para la producción audiovisual**, la **Sociedad Argentina de Videastas** es un instrumento para defender nuestra actividad y nos da un marco institucional", explica el realizador **Fabián Hofman**. Junto a **Andrés Di Tella** y **Roberto Barandalla** integra **División Video**, una productora que desde 1988 a esta parte hizo los cortos **Desaparición forzada de personas, Caza 30, Setenta metros** y **33 millones de financistas**, un programa para la televisión francesa que hablaba de la economía argentina. **Reconstruyen el crimen de la modelo** es una verdadera puesta en escena de lo documental y **se refiere al conocido crimen ocurrido en un hotel de la Recoleta**. En él se parte de las imágenes emitidas por **Nuevediario** en junio del '90 y se complementa con audio de policiales argentinos de todos los tiempos.

Jorge La Ferla, licenciado en letras, y **Martín Groisman**, psicólogo, son titulares de la Cátedra de Medios Expresivos II, de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Buenos Aires. También son los autores de **Indulto no**, junto con la realizadora **Cristina Civale**, y de **El juicio**, una compilación de declaraciones de los militares que gobernaron desde 1976 a 1983, con opiniones de ciudadanos, futbolistas y músicos, y que fue editado por la Asamblea Permanente por los Derechos Humanos. **Bondis**, que se exhibirá en el ICI, es un **clip-documental** que resulta de una propuesta de la Unión de Transportes Automotores (UTA) y se refiere a **secuencias de jornadas de trabajo de un conductor de la línea 39**. Al tiempo de hablar de su interés por el medio video, los realizadores señalan: **"Nos interesa la inmediatez de los resultados. El video es tan efímero como hacer dibujos en el agua e inmediato como una Polaroid. Nos quita la ansiedad por trabajar con la imagen y el sonido".**

Diego Lascano, por su parte, pertenece a la raza de **artistas mutantes**, esos que se valen de un ordenador para diseñar la imaginería electrónica del mundo del futuro. **Tuk Ank Game On** tiene una **gramática narrativa tomada de los videogames.** Se compone de **jeroglíficos descifrados por un soldado de Napoleón Bonaparte durante el siglo pasado**, ahora digitalizados en el idioma inglés. **"Mediante la Egytian Express aludo al hiperconsumismo y la idea de la belleza**

y el éxito eternos que caracterizan los tiempos que corren" comenta Lascano. En estos días prepara **Vuelo 101 a la tierra de nadie**—un corto que habla sobre el mito argentino acerca del Primer Mundo y el exilio— por encargo del Centro Internacional Montbeliard Belfort, una agrupación francesa que se dedica a la experimentación en video. En relación con la próxima conformación de la Comunidad Económica Europea, desde Montbeliard se está trabajando en un nuevo lenguaje para la televisión, basado en la combinación de culturas y visiones de los realizadores de diferentes etnias.

La artista plástica **Luz Zorraquín** presenta **El narrador**, un corto experimental que combina imágenes en blanco y negro con textos de **Domingo F. Sarmiento** que se desplazan en una suerte de **rap tipográfico** y diálogos de **Locos de amor**, una obra del dramaturgo **Sam Sheppard.**

Arribará a esta estación con 35 minutos de demora corresponde a la realizadora **Amparo Ibarlucía**, quien estudió cine en Nueva York, donde vivió durante diez años. El corto, con dirección de arte de **Horacio Gallo** y música de **Abel Tortorelli**, narra una situación policial, **una violación con un espectador inocente e impávido**, que se genera como consecuencia de la demora en la partida de un tren, en la estación 3 de Febrero.

Sabrina Farji, directora de teatro, vestuarista y escenógrafa, y la coreógrafa y bailarina **Silvana Cafici** pasan **Estúpida mas no zonza**, su ópera prima que narra la tensión en una relación de pareja. La mujer increpa al hombre: "¿Es que ella es mucho mejor?" Y él responde: "Es mucho peor y por eso me voy." En el video predomina lo objetual: un florero de cristal que contiene un ramo de narcisos, una radio de perfecto diseño, la mesa. Suena música de **Sono Mai**, una cantante japonesa de los años setenta.

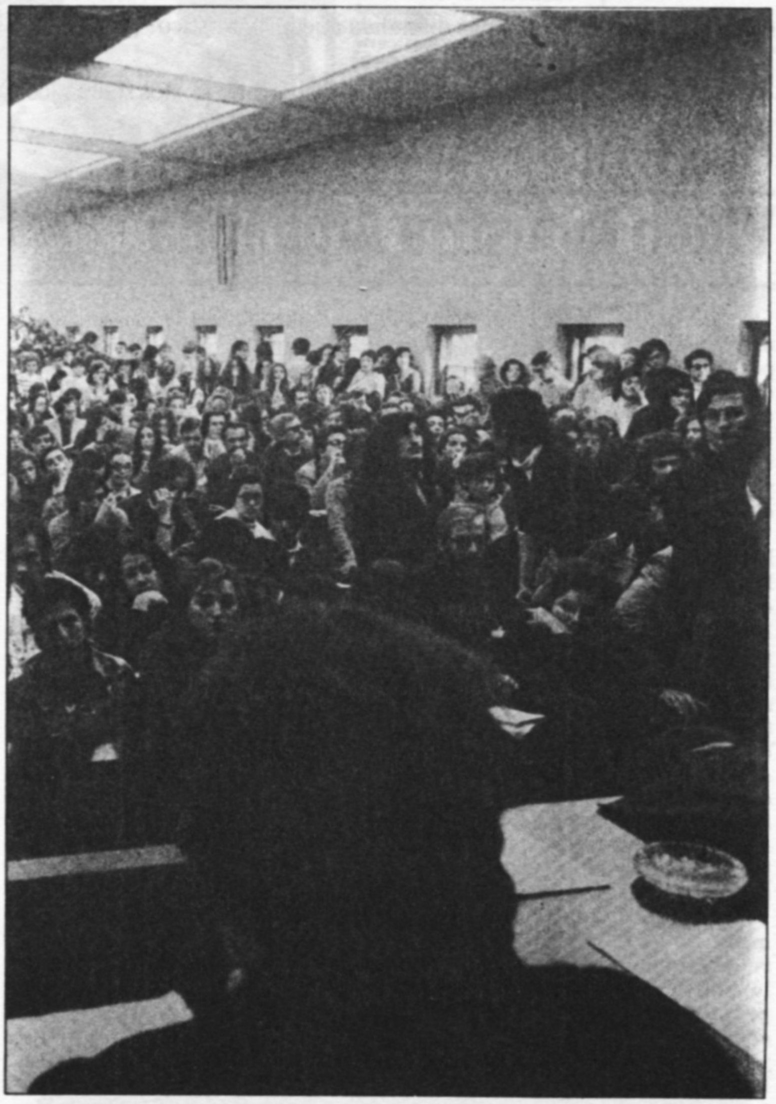
Sara Fried, Daniel Gimelberg y **Marcelo Infante** formaron la productora **Del Bronx** luego de asistir a un curso de video. En **Hermanas Video Home** actúan **Lía y Alejandra**, de 6 y 12 años y melenas rubias, las hijas de Sara. Con **Fatal, fatal mirada**, la anterior producción, Del Bronx participa de la muestra itinerante que surgió del último **Encuentro de Video Latinoamericano.**

"En la Argentina no hay un movimiento de video pero sí algunas tendencias; lo más interesante pasa por aprovechar las posibilidades experimentales y de lectura automática que ofrece el medio", opina el periodista y crítico de cine **Diego Curubeto.** El es autor de **Efecto SS** y **Carrera contra la muerte**, un corto que se asemeja a una road-movie, aunque experimental: **Tony Santa Fe**, el cantante del grupo **Los Telépatas**, viaja por una carretera a bordo de un Mustang azul e intenta escapar del fantasma que es su chica. Suenan los **Raybirds** y actúan **Los Hermanos Arizona**, una división de la agrupación musical que supieron integrar el periodista **Rodrigo Fresán** y **Andrés Calamaro**.

Miguel Rodríguez Arias, psicólogo, publicista, comenzó a grabar programas políticos de la televisión en 1983, con la ayuda de tres caseteras. Hasta el momento posee 1.100 horas contenidas en las cintas que atiborran su estudio del Palacio de los Patos, en Palermo. **Las patas de la mentira** es una interpretación muy personal de los actos fallidos —esos episodios del inconsciente a los que **Sigmund Freud** definió como **"los que expresan algo que, por regla general, el actor no se propone comunicar sino guardar para sí"** en relación con el discurso de los políticos. Allí, el ex vicepresidente **Víctor Martínez** confiesa: "A mí no me gusta poco hablar de mí". **Adelina Dalesio de Viola** implora: "Hay que sacar ese decreto para que lo inmoral y lo amoral sea lo mismo". **Luis Barrionuevo** aconseja: "En este país hay que dejar de robar por lo menos dos años".

El video cumple treinta años —los primeros trabajos se registraron en Alemania y los Estados Unidos— y algunos críticos, al referirse a su estado de situación, **lo comparan con los 30 primeros años del cinemascope**, cuando los intelectuales de la vanguardia de la época y los dueños de los circos se resistían y blasfemaban ante la apertura de nuevas salas. Entre los porteños, cada vez hay más cultores del medio video y, ávidos de imágenes en movimiento, se desplazan por circuitos reducidos, esos que les permiten ingresar al mundo de la realidad virtual.

***Victoria Lescano**, Suplemento Sí, Diario Clarín, 12/4/91*



Jóvenes videastas en una exhibición con debate

Imágenes del Culto (el video en Argentina)

¿El video es un arte? ¿Es el arte de los finales del siglo XX? ¿Es el festejado ocaso de la representación? ¿Tiene su propio lenguaje, tendrá su historia, o conservará siempre el estigma de la minoridad y la parasitosis (del cine, de la publicidad)? ¿Puede, el video, intervenir con algo más que un gesto meramente reproductor en los debates estéticos (y políticos) de este fin de siglo?

Estas preguntas hostigan cualquier aproximación al video en Argentina, una práctica que registra antecedentes en la década del setenta pero cuya **verdadera** historia tiene apenas seis o siete años: los años de la implantación democrática en Argentina. Esas preguntas son también las preguntas que el público se hace cada vez que el video argentino se muestra en el circuito de exhibición que se ha armado en esos años: en la sala del Instituto de Cooperación Iberoamericana, en pleno centro turístico, en el Centro Ricardo Rojas dependiente de la Universidad de Buenos Aires, en el off-Corrientes, o en Babilonia, un galpón en el barrio del Abasto que reúne a todos los cultores del underground porteño. En la manera de mirar de ese público, y tal vez **sólo en su manera de mirar** los videos que se exhiben, se encontrarán las claves de una práctica estética paradójica, dominada por tensiones cruzadas e intereses contrapuestos.

Si se observan con detenimiento las últimas imágenes del video argentino se podrá trazar un arco de tendencias, un haz (seguramente incompleto) de tensiones. Los videos producidos y exhibidos en 1989 y 1990 en Buenos Aires permiten interrogar el video, su teoría, su público, sus efectos políticos. Pero si esas preguntas son también las de los propios realizadores, interrogan también un conjunto de posibilidades de producción, distribución y **creación** (palabra que quema), y especialmente las potencialidades conceptuales y para generar acontecimientos, que son el punto de inflexión entre el arte y lo que no lo es. Basta comparar el cine y la fotografía para comprenderlo: la fotografía nunca consiguió dejar atrás la función policial y testimonial que tuvo desde el principio; el cine, en cambio, pudo dejar atrás la función sólo mimética, sólo de culto (la salida de los obreros de la fábrica, la llegada del tren a la estación) para producir acontecimientos específicos.

Esta tensión ante el suceso es lo que parece dominar la producción actual de video en Argentina. Es en su relación donde se verá si el video es un arte o una máquina de mirar, una tecnología para el culto. Entre **Indulto no** (La Ferla, Civale, Groisman, Miranda), que existe **por** una manifestación contra el indulto a militares genocidas, y **Bicicletas a la China** (Amaolo), que registra un happening vagamente izquierdista de Fernando Noy, hay una constante: el acontecimiento previo. Ese acontecimiento puede ser también una muestra plástica (**Homenaje a Kandinsky**, Areal Vélez), un simposio sobre derechos humanos (**Desaparición forzada de personas**, Andrés Di Tella), una elección presidencial (**70 metros,** Di Tella, Hofman y Yedlin) o un texto que se adapta: **Narciso negro,** Mario Levin (basado en un relato de Conrad), **Massub**, Yedlin (a partir de un fragmento de Lawrence Durrell), **Taxi Baires**, Pampín y Bauni (que adapta un comic) o **Ferdydurke** (síntesis de la novela homónima de Gombrowicz). En sus momentos de mayor tensión el video **inventa** el acontecimiento previo, como en **El círculo xenético** de Olmi y Hermida, lo vuelve invisible, como **Viajando por América** de Carlos Trilnick, o lo pone en el centro de un experimento sobre la representación, como **Reconstruyen el crimen de la modelo** de Di Tella y Hofman.

Algunas cuestiones que parecen estrictamente técnicas tienen, además, un fuerte contenido conceptual que dice algo de la manera de hacer video en Argentina. Todos saben, por ejemplo, que la imagen de video "es más plana" que la del cine (cuestión técnica). Ese achatamiento es también un efecto de sentido, un achatamiento conceptual correlativo del anterior. Muchos de los últimos videos, en efecto, exhibían una tal modestia conceptual que era fácil imaginar la escena de "concepción": **hagamos un video sobre un desfile de modas** (**Hecho en Buenos Aires**, Rosental, Delof y Orgambide) o **que reproduzca la dinámica de una fiesta** (**Cumpleaños**, Scoufalos y Moratorio) o **que proponga un ejercicio de suspenso (Massub)** o **que censure la superioridad del hombre** (**Yo no soy una cualquiera**, Civale) o **que hipnotice a los espectadores** (**Viajando por América**). En todos los casos se trata de una, y sólo una, idea por video. Este minimalismo conceptual explicaría la brevedad (a veces agónica) de muchas obras: ¿cuántas cosas pueden ser dichas en doscientos cuarenta segundos? O, al revés: ¿cuántos segundos hacen falta para desarrollar una, y sólo una, idea? No casualmente aquellos que apuestan a una mayor densidad semántica (o narrativa o ideológica) son más largos, parecen asumir mayores riesgos formales y provocan un extraño efecto de impaciencia y desmesura (**Desaparición forzada de personas** y su desmesurada sucesión final de fotos; **Capricho de mujer bonita** de Amparo Ibarlucía y su desmesurada acumulación de tópicos vanguardistas; **El círculo xenético** y su desmesurado chisporroteo visual y narrativo). En estos casos las imágenes persisten en la memoria, y en esa persistencia se cargan de sentido.

Otra manera de describir las últimas producciones implica el relevamiento de los modelos formales que los videos reproducen, lo que tiene que ver con otra de las preguntas inicialmente formuladas. Están aquellos que responden desprejuiciadamente a los mecanismos de la publicidad (**Virgen Light, Hecho en Buenos Aires**) frente a los que asumen el documentalismo como espacio de investigación narrativa (**70 metros, Desaparición forzada de personas, Indulto no, Caza 30** de Hofman y Chernov). Están los que trabajan según el relato más o menos clásico (**Massub, Raramagia, Narciso negro, Ultimo vuelo** de Diego Lascano) frente a aquellos que siguen las líneas de ruptura de ese modelo (**Capricho de mujer bonita, El círculo xenético, Cumpleaños**). Están, por fin, los que recaen en el canon cinematográfico (**Raramagia, Narciso negro**) frente a los que se postulan como pura experiencia audiovisual (**Viajando por América, Caza 30, Reconstruyen el crimen de la modelo**).

Las razones de la fragilidad de este sistema clasificatorio habría que buscarlas en la opacidad teórica y estética del video, en la heterogeneidad de los lenguajes que los realizadores usan sin problematizar, en la ausencia de debates explícitos. Naciente, indeciso entre la forma arte y el género menor, entre la producción de acontecimientos y su mero registro, dubitativo sobre su propio lenguaje, inconsciente de sus posibilidades conceptuales, el video argentino, **además**, no toma posiciones: se derrama, más bien, en un territorio que lo limita, también, ante la historia; ocupa, alternativamente, todas las posiciones que se le ofrecen, sin fijarse en ninguna.

El culto se orienta hacia el pasado, el arte se orienta hacia el futuro: ¿cuál será, en Argentina, la manera de construir ese futuro?

***Daniel Link**. Ponencia leída en las Primeras Jornadas de Teoría y Estética del Video Argentino, Centro Cultural San Martín (13 y 14 de Julio de 1990).* (Una versión apenas diferente fue publicada en el **Boletín de la SAVI**, 2 (Buenos Aires, 1990) con la colaboración de Hernán Ferreirós.)

En general, el video artístico puede clasificarse de acuerdo con que tenga o no argumento. Si lo tiene, el video tiende a adoptar una estructura narrativa más o menos clásica. Si no lo tiene, se trata de **video arte**, una variedad cuya fuerza reside en efectos puramente ópticos y sonoros (a la manera del poema o las artes plásticas).

Es cierto que un video narrativo nunca será lo mismo que una película (ni viceversa), pero para nuestros fines podemos hablar de narración audiovisual independientemente del soporte que se utilice (film o video). En el capítulo 3 vos ya investigaste el funcionamiento del relato en diferentes bandas.

(8) Ahora, ¡a hacer videos!

(8a) Elegí uno de los guiones que escribiste en el capítulo 3 y adaptalo para video. Como recordarás, el guión de video debe ser muy específico respecto de la construcción de la imagen.

(8b) Completá el siguiente cuadro y después analizá los planos que conviene usar en el guión que elegiste para la consigna anterior.

Construcción del espacio y punto de vista

		Función	Género
PLANO según escala humana	Plano General		
	Plano Conjunto		
	Plano Americano		
	Plano medio		
	Primer Plano		
	Primerísimo Primer Plano		
	Plano Detalle		
FORMATO	Normal o Académico		
	Panorámico		
	Scope		
POSICIÓN DEL CUADRO	Horizontal		
	Vertical		
	Oblicuo		
ANGULACIÓN	Normal		
	Picado		
	Contrapicado		
ALTURA	Normal		
	Media		
	Baja		

(8c) El video puede tomar como materia a cualquier otra realización. Podés hacer un video a partir de la fotonovela que ya hiciste en el capítulo 3. Vas a trabajar especialmente con el montaje de imágenes ya montadas previamente, a las que tenés que agregar una banda de sonido. Prepará el guión correspondiente.

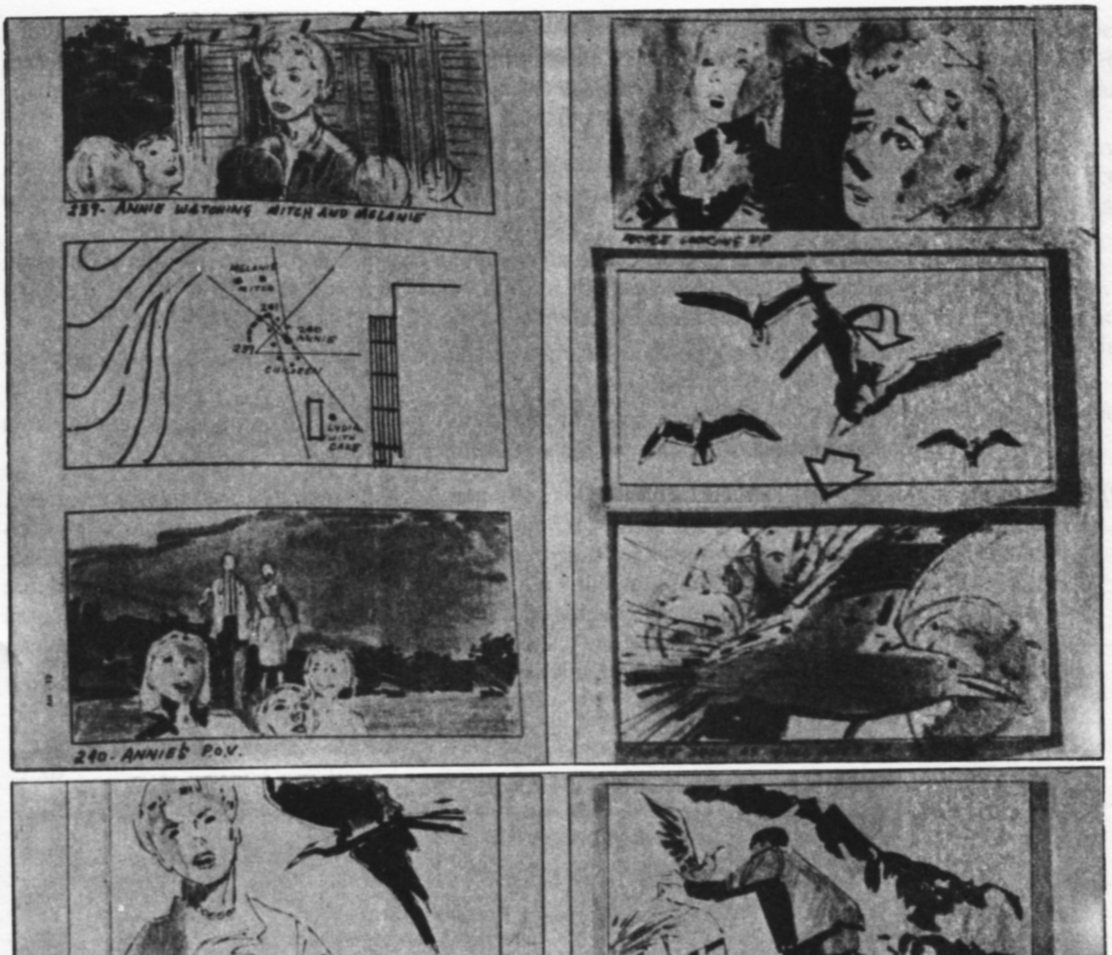
(9) Uno de los problemas más interesantes para resolver con el montaje de imágenes es el de la continuidad*. La imagen debe dar una cierta ilusión de continuidad en el movimiento cuando la posición de cámara varía.

(9a) Grabá una secuencia en la que alguien cruza una puerta. Cuando el personaje comienza a abrir la puerta, la cámara va a estar de un lado, cuando termina de cruzar la puerta, la cámara tiene que estar del otro lado. Procurá resolver el montaje con prolijidad.

(9b) Hacé lo mismo con alguien cerrando una persiana de ventana. Empezar adentro y terminar afuera.

(9c) Ahora probá con una conversación alternando los planos. Es importante controlar la correspondencia de los movimientos y posiciones.

(10) Entre todos tus compañeros elijan un guión de los que tienen hechos o preparen uno nuevo para grabar. Hacen falta actores, iluminadores, sonidistas, camarógrafos, escenógrafos y vestuaristas, y un asistente que tome nota de todo lo que va pasando y controle la continuidad (en las películas de verdad, ese rol solía desempeñarlo una joven inquieta y eficaz denominada **script girl**). Después habrá que editar (hace falta un editor) y finalmente sonorizar. Estas etapas son técnicamente complejas (hablá con tu profe) pero te aseguro que pueden ser resueltas con ganas, un poco de esfuerzo y mucho de imaginación. Pero no me vas a decir que no vale la pena.



Story-board de Harold Michelson para **Los pájaros** (Alfred Hitchcock).
Tomado de **Cahiers du Cinéma**, 337, París, Junio 1982.

APÉNDICES

8.1 Otras Actividades

1. Consumos culturales

Recuperá todas las preguntas sobre consumos culturales que están en este libro y que forman parte del trabajo **Públicos y consumos culturales.** Fijate bien qué opciones de respuesta se plantean en cada caso al entrevistado. Diseñá un formulario de encuesta y encuestá a la gente en la calle. Indicá en el formulario todos los datos necesarios para tipificar a los encuestados según nivel educativo, sexo y edad. Entre todos, cuantifiquen las respuestas, extraigan conclusiones y compárenlas con las que están reproducidas en este libro. Hagan cuadros y gráficos que resuman los resultados y exhíbanlos en el aula.

2. Consumos culturales y vos

En el test del capítulo 1 analizá tus propios consumos culturales (o los de tu compañero de banco): fijate cuáles actividades ocupan el tiempo libre, qué zona de la producción cultural cubren preponderantemente esos consumos, qué sistema de valores podría inferirse de las diferentes elecciones realizadas, si se pueden establecer correlaciones más o menos estables entre opciones políticas e ideológicas y opciones culturales.

3. Consumos culturales y ustedes

A partir del test del capítulo 1 cuantifiquen las respuestas dadas a cada ítem organizando por rubros. Establezcan correlaciones (sería más o menos lógico que quienes eligen a García elijan también a Prince, por ejemplo) y saquen conclusiones sobre la identidad grupal. A partir de esas conclusiones realicen un collage que represente esa hipotética identidad cultural.

4. Locos y consumos culturales

En la película **El silencio de los inocentes** hay dos asesinos psicóticos que tienen diferentes gustos, que consumen diferentes objetos culturales.

Cuestionario

a. ¿A quiénes matan, preferentemente, los dos asesinos?
b. ¿Qué hace cada uno de ellos con sus víctimas? ¿En qué eje de oposiciones ubicarías esas "actividades"?
c. ¿Qué tipo de música escucha cada asesino?
d. ¿Cómo usan el pelo cada uno de los asesinos?
e. ¿Cuál asesino representa a la cultura alta, o letrada?
f. ¿En el eje PROFUNDIDAD/SUPERFICIE (ver punto b), dónde ubicarías a la cultura alta?
g. ¿En el mismo eje, dónde aparecería el rock & roll?
h. ¿Qué querrá decir "modelo de subjetividad de profundidad" y "modelo de subjetividad de superficie"? (Ver SUJETO en el glosario.)

 Alumno: .... Curso: ....Hoja: ....

Estas hipótesis están formuladas por la película, pero vos podés discutirlas. Lo que es importante es que notes que cuando dos figuras, dos personajes (dos conjuntos semánticos) se oponen, es porque sus rasgos son opuestos. Dos figuras son antónimas cuando todos sus rasgos son idénticos salvo uno, y una tiene ese rasgo y la otra no, o tiene el rasgo contrario.

5. Los objetos: diccionario

A continuación hay una lista de objetos imaginarios de la vida cotidiana. Definí con precisión cada uno de ellos indicando forma (cómo es), función (para qué sirve), época si se trata de objetos antiguos, etcétera.

OOLITO
VÁPARA
CHURRIGUERA
BRAMASTOILBANTE
CONDONERA
CLASEMA
REVIRIEGO
GRAMOLINGIA

Lean las definiciones escritas por cada uno y elijan entre todos las mejores para cada palabra.

6. Los objetos: museo del futuro

Cada alumno trae a la clase un objeto pequeño de uso cotidiano. En grupos, tratan de definir minuciosamente el objeto sin decir su nombre. Deben simular que son guías de un museo imaginario en el año 2234 y que preparan fichas para que lean los turistas. Después de la descripción deben incluir datos (hipotéticos) sobre dónde fueron encontrados los objetos. Cada grupo lee las fichas para el resto de la clase. Los demás deben tratar de adivinar cuál es el objeto.

7. Los objetos: agencia de publicidad

Retomá las definiciones de los objetos imaginarios del trabajo Nº 5. Pensá con dos o tres compañeros un aviso publicitario para cada objeto. Asigná marca, tené en cuenta el público, inventá un slogan, etc… (aviso en gráfica). Diseñá un aviso según el trabajo anterior. Hacelo bien prolijito para la clase siguiente.

8. Para mirar teatro y ballet

Trabajo práctico grupal: Grupos de cuatro integrantes, cada uno de los cuales deberá desarrollar una (y sólo una) de las consignas numeradas del 1 al 4. Luego el grupo discutirá la totalidad de las respuestas y, **entre todos**, prepararán la consigna número 5.

1. Toda manifestación escénica supone la utilización de varios códigos simultáneamente. En las obras vistas, señalar qué códigos se utilizaron.
   1.1. Analizar especialmente el código lingüístico (lenguaje) en la obra de teatro (cómo es, para qué sirve, ¿se parece al lenguaje?) y el código gestual-corporal en el ballet (tipos de movimientos, relaciones entre los cuerpos, etc…).
2. Tanto el teatro como el ballet, se supone, son hechos artísticos. ¿En qué se notaría que son **arte**? Desarrollá en aproximadamente diez líneas.
   2.1. Escribir una crítica de uno de los espectáculos. Leer antes en un diario cualquiera una crítica como modelo.

3. ¿Son el teatro y el ballet medios de comunicación? ¿De qué tipo?

   3.1. **Enunciá brevemente lo que los espectáculos vistos comunican** (el objeto de la comunicación).

   3.2. Señalá qué **efectos** producen en el público los espectáculos vistos (no se trata de gusto personal, sino de un **promedio**: vas a tener que hacer una encuesta).

4. **Miniperiodismo.** Plantear una entrevista breve (cinco preguntas) a los actores y/o bailarines. Grabar las entrevistas. Pasarlas, después, a una hoja.

5. **Diario, diario.** Diagramar dos páginas tipo diario con todo el material recopilado (resolución de las consignas 1 a 4).

9. Para mirar Blade Runner

1. Tomá los datos de realización y producción (créditos).

2. **Contextualización:** ¿Cuándo fue realizada la película? ¿Qué pasaba en el mundo? ¿Dónde fue rodada? Etcétera.

3. **Relato:** Anotá los acontecimientos o comportamientos **decisivos** respecto del relato (son aquellos que pueden hacer cambiar el cuento). Señalá cómo se relacionan o encadenan. Hay dos modelos de sucesión: el árbol (las unidades mayores se llaman **secuencias**) y la trenza.

4. **Género: Blade Runner** es una película de ciencia ficción. La ciencia ficción es un género relacionado con la **utopía**: Resolvé en un horizonte tecnológicamente distinto los conflictos reales o imaginarios del presente.

   4.1. ¿Cuál es el conflicto que **Blade Runner** intenta resolver? Desarrollá.

   4.2. ¿Qué otros rasgos característicos de la ciencia ficción están en el film?

   4.3. Anacronías temporales (¿hay?) y géneros cinematográficos (¿a qué géneros remiten las anacronías?).

5. **Tecno:** Analizá el tema tecnológico presente en la película. Cuáles son sus premisas, cuál es su relación con la identidad y/o la personalidad y/o la subjetividad.

6. **Foto y memoria:** Analizá las escenas de lectura de fotografías. Determiná cómo se relacionan con la memoria y el pasado. La foto como espacio de culto a los antepasados.

7. **Caracteres:** Listá los rasgos semánticos que "forman" los caracteres de los diferentes personajes.

8. ¿Por qué Harrison Ford es tan simpático?

9. **Diseño de Imagen:** Analizá los elementos a partir de los cuales se diseña una imagen de futuro.

10. Para mirar "Cuadros de una Exposición" (Guía)

1. **Autor:** nombre (fechas, nacionalidad).

2. **Título:** nombre. Ciudad, museo, año, medidas.

3. **Género o tema** (si el cuadro es figurativo):

   histórico - religioso - mitológico - literario - imaginario (fantástico) - costumbrista - paisaje (urbano o rural, marina) - retrato o figura - naturaleza muerta - flores - animales

4. **Técnica:**

   óleo - témpera - acuarela - fresco - dibujo (grafito) - mosaico - acrílico -

   ______________________________ (completar).

5. **Figura humana o animal:**

- 5.1. Anatomía:
  - 5.1.1. Correcta.
  - 5.1.2. Arbitraria
    - 5.1.2.1. Idealizada
    - 5.1.2.2. Cargada (expresionismo)
- 5.2. Movimiento o reposo:
  - 5.2.1. Observado (posible)
  - 5.2.2. Convencional
- 5.3. Ropaje:
  - 5.3.1. Histórico (corresponde a la época representada)
  - 5.3.2. Convencional
- 5.4. Gesto y ademán:
  - 5.4.1. Reposado - Agitado
  - 5.4.2. Natural - Falso

6. **Análisis plástico:**

- 6.0. Composición:
  - 6.0.1. Orgánica o atectónica - Inorgánica o tectónica
  - 6.0.2. Simétrica - Asimétrica
  - 6.0.3. Estática - Dinámica
  - 6.0.4. Figura dominante - Fondo dominante - Figura y fondo dominantes
  - 6.0.5. Centrípeta - Centrífuga
- 6.1. Formas:
  - 6.1.1. Cerradas - Abiertas - Cerradas y abiertas
  - 6.1.2. Detalladas - Simplificadas.
- 6.2. Trazo contorno:
  - 6.2.1. Hay - No hay - Hay en partes
  - 6.2.2. Acusado - Disimulado
  - 6.2.3. Continuo - Interrumpido
- 6.3. Perspectiva:
  - 6.3.1. Lineal:
    - 6.3.1.1. Centrada
    - 6.3.1.2. Descentrada
  - 6.3.2. Aérea
  - 6.3.3. Caballera o isométrica - Invertida - Plano verticalizado o rebatido - Amplificada - Punto de Visión Múltiple - Jerarquización por tamaño.
- 6.4. Espacio:
  - 6.4.1. Profundo.
  - 6.4.2. Reducido.
  - 6.4.3. Exagerado
- 6.5. Valores:
  - 6.5.1. Próximos
  - 6.5.2. Contrastados
- 6.6. Claroscuro:
  - 6.6.1. Hay - No hay - Hay muy poco.
- 6.7. Colores:
  - 6.7.1. Fríos - Cálidos - Fríos y cálidos
  - 6.7.2. Puros - Quebrados - Puros y quebrados
  - 6.7.3. Oscuros - Claros - Claros y oscuros
  - 6.7.4. Matizados - Uniformes
- 6.8. Pincelada:
  - 6.8.1. Oculta - Evidente
  - 6.8.2. Blanda - Enérgica
- 6.9. Textura:
  - 6.9.1. Regular - Irregular
  - 6.9.2. Lisa - Empastada

Notas: ____

____

____

8.2 Lecturas Complementarias

0 Habitus y Práctica

El habitus, como sistema de disposiciones para la práctica, es un fundamento objetivo de conductas regulares, por lo tanto de la regularidad de las conductas, y, si se pueden prever las prácticas (aquí, la sanción asociada a una cierta transgresión), es porque el habitus hace que los agentes que están dotados de él se comporten de una cierta manera en ciertas circunstancias. Siendo así, esta tendencia a actuar de una manera regular que, cuando el principio está explícitamente constituido, puede servir de base a una previsión (equivalente culto de las anticipaciones prácticas de la experiencia ordinaria), no encuentra su principio en una regla o una ley explícita. Es lo que hace que las conductas engendradas por el habitus no tengan la hermosa regularidad de las conductas deducidas de un principio legislativo: *el habitus tiene parte ligada con lo impreciso y lo vago*. Espontaneidad que se afirma en la confrontación improvisada con situaciones sin cesar renovadas, obedece a una *lógica práctica*, la de lo impreciso, del más o menos, que define la relación ordinaria con el mundo.

Bourdieu, Pierre. *Cosas dichas*. Buenos Aires, Gedisa, 1988.

1

Mirar:

Todo lo que sobresale del perfil, el contorno, la categoría, el nombre de lo que es.

Todas las apariencias están continuamente intercambiándose: visualmente, todo es interdependiente. Mirar es someter el sentido de la vista a esta interdependencia. Mirar *buscando* algo (un alfiler que se ha caído) es lo opuesto a mirar. La visibilidad es una cualidad de la luz. Los colores son los rostros de la luz. Por eso mirar es reconocer, entrar en un conjunto. La identidad de un objeto o el color o la forma es lo que *revela* la visibilidad: es una conclusión de la visibilidad; pero no tiene nada que ver con el *proceso* de la visibilidad, que es incontenible, que es tanto una forma de energía como la propia luz. La luz que es fuente de vida. Lo visible es una característica de esa vida; no puede existir sin ella. En un universo muerto nada es visible.

La visibilidad es una forma de crecimiento.

Objetivo: ver la apariencia de una cosa (de algo inanimado incluso) como una etapa más en su crecimiento, o una etapa en un crecimiento del que forma parte. Ver su visibilidad como una suerte de floración.

Las nubes reúnen la visibilidad, y luego se dispersan en la invisibilidad. Todas las apariencias tienen la naturaleza de las nubes.

El jacinto se hace visible. Pero lo mismo pasa con el granate o el zafiro.

No decir, a la manera platónica, que *detrás* de las apariencias reside la verdad. Es muy posible que la visibilidad sea la verdad y que lo que existe fuera de ella sean sólo las "huellas" de lo que ha sido o será visible.

Mirar a la luz.

Reconocer que los contornos son una invención.

Trascender el tamaño: unas cuantas hojas de hierba tan grandes como grande parece el cielo; la hormiga que coexiste visiblemente con la montaña: comparable en su *visibilidad* a la montaña. Tal vez esto sea lo importante. El hecho es que la visibilidad (inseparable de la luz) es mayor que sus categorías de medición (pequeño, grande, distante, cerca, oscuro, luminoso, azul, amarillo, etc.).

Mirar es redescubrir, por encima y allende esas medidas, la primacía de la visibilidad propiamente dicha.

Pero también el ojo que intercepta. El ojo intercepta la relación continua entre la luz y las superficies que la reflejan y absorben. Los objetos separados son como las palabras aisladas. El significado sólo puede encontrarse en la relación existente entre ellas. ¿En dónde hemos de buscar el significado de lo visible? Una forma de energía que no cesa de transformarse.

Ejercicio

Mirar:

Visillos blancos transparentes en la ventana.

La luz entra por la derecha.

Las sombras de los pliegues, los pliegues mismos, que cuelgan más oscuros que las nubes.

De repente, la luz del sol.

El marco de la ventana hace ahora sombras en las cortinas.

Las sombras se curvan siguiendo los pliegues: el marco de la ventana es recto, rectangular.

Entre los visillos y la ventana: un espacio similar a las pautas sobre las que se escriben las notas musicales; pero es tridimensional, y las notas son luz y no sonido. El espacio entre el marco rectangular de la ventana y sus sombras se enroscaba porque los visillos forman pliegues medio transparentes.

Al mirar por la ventana: una nube que cruza el cielo, con su borde superior color plata amarillenta ondulándose casi al mismo ritmo que las circunvoluciones de las sombras (ahora desaparecidas porque se ha ocultado el sol). La nube avanza rápida. Casi a la velocidad de un vendaval. Los balcones de hierro de las casas de enfrente están totalmente inmóviles. Por un momento vuelve a salir el sol.

La sombra de una culebra: desaparecida.

Las nubes avanzando.

El mar encrespado.

Vuelve la furgoneta de Charlie.

Un fuerte olor a mar.

Un recuerdo. Visual.

Altos acantilados. Blancos. Cruzados de rectas líneas horizontales de pedernal gris oscuro, brillante. Entre las líneas, siglos de depósitos calcáreos.

El borde del acantilado destacándose en el cielo; la hierba que cuelga. La espesura de la hierba en relación con la altura de los acantilados, parecida a la espesura del pelo de un animal. Al ras de la hierba vuelan en círculo las gaviotas. Ocho figuras recortadas contra el acantilado. Las sombras que éste forma sobre el mar (la marea está subiendo, alcanzando casi los acantilados).

Hacia fuera, justo allende la sombra del perfil de la hierba, el mar es verde mezclado con un poco de blanco. El verde que toma el cobre al oxidarse, pero con sol. Mientras escribo esta frase, sale el sol sobre Noel Road, proyecta la sombra del marco de la ventana en los visillos; los visillos se mueven con la brisa, mi pluma proyecta una sombra sobre el papel, y el sol se oculta.

Mirar:

Todo lo que sobresale del perfil, el contorno, la categoría, el nombre de lo que es.

Berger, John. *El sentido de la vista*. Madrid, Alianza, 1990.

2 Indicio y señal

Un hecho suministra una indicación y constituye en consecuencia un indicio cuando, de la comprobación de su pertenencia a una clase determinada, se deduce la pertenencia de otro hecho a otra clase determinada. Así el color que el cielo presenta a la tarde constituye para el pescador un indicio en la medida en que, comprobando que pertenece a la clase "gris", el pescador puede prever que el mar pertenecerá al día siguiente a la clase de los "malos".

Se pueden distinguir tres categorías de indicios. La primera es la de los indicios "espontáneos", integrada por los hechos que suministran indicaciones pero que no han sido producidos para eso, ya sea porque se trate de hechos naturales (el color gris del cielo), ya sea porque se trate de hechos producidos por el hombre pero de manera involuntaria (el acento "extranjero") o con otra intención que la de indicar algo (el asaltante que introduce una ganzúa en la cerradura).

Una segunda categoría de indicios es la de los "falsamente espontáneos". Pertenecen a esta categoría los hechos producidos expresamente para que suministren indicaciones pero que deben aparecer, para que ese objetivo sea alcanzado, como no habiendo sido producidos con esa intención (el acento imitado por un hablante que desea hacerse pasar por extranjero).

La tercera categoría de indicios es la de los "intencionales", constituida por los hechos que suministran indicaciones, que han sido producidos expresamente para que la suministren y que alcanzan este objetivo si se los reconoce como habiendo sido producidos para alcanzarlo. Un indicio que pertenece a esta categoría es, por ejemplo, en la ruta un cartel de velocidad máxima.

Un indicio intencional autónomo constituye una "señal".

El empleo de señales define la comunicación: nos encontramos frente a un acto de comunicación o acto sémico cada vez que un "emisor", al producir una señal, intenta suministrar una indicación a un "receptor". El estudio de la indicación constituye por lo tanto el fundamento de la semiología de la comunicación.

Prieto, Luis. "Sémiologie" (*mimeo*), 1975.

3.1 De la informática a la comunicación

En 1948, el científico norteamericano Norbert Wienner publica *Cybernetics*. Un año después, uno de sus antiguos alumnos, Claude Shannon, da a la luz *The Mathematical Theory of Communication*.

Durante la segunda guerra mundial, Wiener tuvo que estudiar el problema de la conducta de tiro de los cañones antiaéreos (DCA). Como el avión vuela a una velocidad muy grande, es preciso predecir su posición futura a partir de sus posiciones anteriores. Si el cañón está informado de la separación entre la trayectoria real y la ideal de sus obuses, puede cercar progresivamente al avión hasta abatirlo. En este problema, Wiener reconocía el principio conocido y utilizado desde hacía largo tiempo: el *feedback* o retroacción, y dio a este principio un alcance universal al hacer de él la clave de bóveda de la cibernética, o ciencia del "pilotaje" (la palabra griega *kybernetes* significa "piloto" o "timón"). Wiener vio en el cañón que trata de alcanzar al avión el brazo que lleva un vaso de agua a la boca o una máquina de vapor que mantiene un régimen constante, un mismo proceso circular en el que las informaciones sobre la acción en curso nutren a su vez (*feedback*) al sistema, permitiéndole alcanzar su objetivo. Así este científico pensó en una ciencia que estudiara el "control y la comunicación en el animal y la máquina" (subtítulo de su obra fundadora de 1948).

El proyecto de la cibernética es más una forma de reflexionar que una teoría articulada y detallada. A partir de la idea de la retroacción, la explicación lineal tradicional queda un poco anticuada. Todo "efecto" retroactúa sobre su causa, todo proceso debe estar concebido según un esquema circular. La idea es simple, pero sus implicaciones son importantes, sobre todo cuando se introduce la noción de *sistema* en el análisis.

Mientras que la teoría de los sistemas y la cibernética ocupan sus lugares, Claude Shannon, un antiguo alumno de Wiener, elabora una "teoría matemática de la comunicación". Juntos, ambos hombres ponen a punto ciertos detalles técnicos. Pero el mismo espíritu del trabajo de Shannon es muy diferente del de Wiener. Así, el modelo de la comunicación de Shannon, que es puramente lineal, se opone netamente al modelo circular (retroactivo) de Wiener. Hay ahí, sin duda, la marca de los laboratorios de la compañía *Bell Telephone* en la que trabaja Shannon.

En efecto, desde hacía mucho tiempo los ingenieros de telecomunicaciones trataban de mejorar el rendimiento del telégrafo, es decir, aumentar la velocidad de transmisión del mensaje, disminuir las pérdidas en el curso de la transmisión, determinar la cantidad de información que es posible emitir en un tiempo dado. Más allá de las mejoras técnicas, algunos de ellos trataban también de construir una "teoría matemática del telégrafo", o teoría de la transmisión de un mensaje de un punto a otro. Claude Shannon logró formular una teoría clara y precisa. La "teoría matemática de la comunicación", que propuso en su libro de 1949, es, pues, una teoría de la *transmisión*. *Comunicación* se entiende en el sentido que prevalece desde el siglo XVIII.

Para fijar previamente las ideas, Shannon propone un esquema del "sistema general de la comunicación", que entiende como una cadena de elementos: la *fuente de información* que produce un mensaje (la palabra en el teléfono), el *emisor*, que transforma el mensaje en señales (el teléfono transforma la voz en oscilaciones eléctricas), el *canal*, que es el medio utilizado para transportar las señales (cable telefónico), el *receptor*, que construye el mensaje a partir de las señales, y el *destino*, que es la persona (o la cosa) a la que se envía el mensaje. Durante la transmisión, las señales pueden ser perturbadas por *ruido* (chirrido en la línea).

A partir de aquí las cosas se complican. La clave de bóveda de la teoría de Shannon es el concepto de "información". Pero no se trata de información en el sentido corriente de "noticia" o de "informe", sino de una magnitud estadística abstracta que califica el mensaje independientemente de su significación. Como dice el Pequeño Larousse: "La cantidad de información (es la) medida cuantitativa de la incertidumbre de un mensaje en función del grado de probabilidad de cada señal que compone ese mensaje." Cuando enviamos un telegrama, el final de cada palabra es tan previsible que lo suprimimos: su cantidad de información es demasiado débil. Sólo son necesarias las primeras letras. En principio, no importa qué letra del alfabeto ni qué palabra del léxico pueden enviarse a través de las ondas. La incertidumbre es total. Pero desde el momento en que se forman las primeras letras, disminuye el número de mensajes todavía posibles. Para el estadístico, no es necesario recurrir al sentido para completar las palabras inacabadas: cada lengua posee una estructura estadística tal que, si una letra determinada ha aparecido, ya no es posible que vuelva a presentarse antes de un número *n* de otras letras. Si ha aparecido tal grupo de letras, no le podrá seguir tal otro grupo, y así sucesivamente. En una palabra, la *información* de Shannon es ciega. Parece perfectamente adaptada a los ordenadores que nacen en la misma época.

Tanto los trabajos de Shannon como los de Wiener tuvieron una enorme resonancia a principios de los años cincuenta. La cibernética se popularizó con la aparición de los primeros robots, sobre todo las tortugas del inglés Grey Walter o los patos de Français Albert Ducrocq. Se trata, de hecho, de células fotoeléctricas montadas sobre ruedecillas que, "atraídas" por la luz, ruedan, se detienen, retroceden, etcétera.

Adapt. de Winkin, Yves. *La nueva comunicación*. Barcelona, Kairós, 1984.

3.2 El esquema de la comunicación clásico

Seis son los factores constitutivos de todo proceso lingüístico, de todo acto de comunicación verbal. El *destinador* envía un *mensaje* al *destinatario*. Para ser efectivo, el mensaje requiere primeramente un *contexto* al cual remite (que se llama también, en una terminología algo ambigua, "referente"), contexto que el destinatario pueda captar y que es verbal o susceptible de ser verbalizado. El mensaje requiere luego un *código*, común en su totalidad o al menos parcialmente al destinador y al destinatario (o, en otros términos, al codificador y al decodificador del mensaje). Finalmente, el mensaje requiere un *contacto*, un canal físico y una conexión psicológica entre el destinador y el destinatario, contacto que le permite establecer y mantener la comunicación.

Jakobson, Roman. "Linguistique et poétique", en *Essais de linguistique générale*. París, Minuit, 1963.

4

Existe, creo, un grupo de procedimientos que permiten el control de los discursos. No se trata esta vez de dominar los poderes que conllevan, ni de conjurar los azares de su aparición; se trata de determinar las condiciones de su utilización, de imponer a los individuos que los dicen un cierto número de reglas y no permitir de esta forma el acceso a ellos, a todo el mundo. Enrarecimiento, esta vez, de los sujetos que hablan; nadie entrará en el orden del discurso si no satisface ciertas exigencias o si no está, de entrada, calificado para hacerlo. Más preciso: todas las regiones del discurso no están igualmente abiertas y penetrables; algunas están altamente defendidas (diferenciadas y diferenciantes) mientras que otras aparecen casi abiertas a todos los vientos y se ponen sin restricción previa a disposición de cualquier sujeto que hable.

Me gustaría recordar una anécdota sobre este tema que es tan bella que uno se estremece de que sea verdadera. Concentra en una sola figura todas las coacciones del discurso: las que limitan los poderes, las que dominan las apariciones aleatorias, las que seleccionan a los sujetos que pueden hablar. A comienzos del siglo XVII, el taicún había oído hablar de que la superioridad de los europeos —en cuanto a la navegación, el comercio, la política, el arte militar— se debía a su conocimiento de las matemáticas. Deseó ampararse de un tan preciado saber. Como le habían hablado de un marino inglés que poseía el secreto de esos discursos maravillosos, le hizo llevar a su palacio y allí lo retuvo. A solas con él tomó lecciones. Aprendió las matemáticas. Mantuvo, en efecto, el poder, y vivió largo tiempo. Y hasta el siglo XIX no existieron matemáticos japoneses. Pero la anécdota no finaliza allí: tiene su vertiente europea. La historia quiere que ese marino inglés, Will Adams, fuese un autodidacta: un carpintero que, por haber trabajado en un astillero naval, había aprendido la geometría. ¿Es necesario ver en este relato la expresión de uno de los grandes mitos de la cultura europea? Al saber monopolizado y secreto de la tiranía oriental, Europa opondría la comunicación universal del conocimiento, el intercambio indefinido y libre de los discursos.

Ahora bien, este tema, naturalmente, no resiste un examen. El intercambio y la comunicación son figuras positivas que juegan en el interior de sistemas complejos de restricción; y, sin duda, no sabrían funcionar independientemente de éstos. La forma más superficial y más visible de estos sistemas de restricción la constituye lo que se puede reagrupar bajo el nombre de ritual; el ritual define la cualificación que deben poseer los individuos que hablan (y que, en el juego de un diálogo, de la interrogación, de la recitación, deben ocupar tal posición y formular tal tipo de enunciados); define los gestos, los comportamientos, las circunstancias, y todo el conjunto de signos que deben acompañar el discurso; fija finalmente la eficacia supuesta o impuesta de las palabras, su efecto sobre aquellos a los cuales se dirigen, los límites de su valor coactivo. Los discursos religiosos, judiciales, terapéuticos, y en una cierta parte también políticos, no son apenas disociables de esa puesta en escena de un ritual que determina a la vez para los sujetos que hablan las propiedades singulares y los papeles convencionales.

Foucault, Michel. *El orden del discurso*. Barcelona, Tusquets, 1979.

5

En nuestra cultura, en la paz cultural, la **Pax culturalis** a la que estamos sometidos, se da una irredimible guerra de los lenguajes: nuestros lenguajes se excluyen los unos a los otros; en una sociedad dividida (por las clases sociales, el dinero, el origen escolar) hasta el mismo lenguaje produce división. ¿Cuál es la porción de lenguaje que yo, intelectual, puedo compartir con un vendedor de las Nouvelles Galeries? Indudablemente, si ambos somos franceses, el lenguaje de la **comunicación**; pero se trata de una parte ínfima: podemos intercambiar informaciones y obviedades; pero, ¿qué pasa con el resto, es decir, con el inmenso volumen de la lengua, con el juego entero del lenguaje? Como constituye al individuo de arriba abajo, la separación de los lenguajes es un duelo permanente; y este duelo no sólo se produce cuando salimos de nuestro "medio" (aquel en el que todos hablan el mismo lenguaje), no es simplemente el contacto material con otros hombres, surgidos de otros medios, de otras profesiones, lo que nos desgarra, sino precisamente esa "cultura" que, como buena democracia, se supone que poseemos todos en común: en el mismo momento en que, bajo el efecto de determinaciones aparentemente técnicas, la cultura parece unificarse (ilusión que la expresión "cultura de masas" reproduce bastante burdamente), entonces es cuando la división de los lenguajes llega al colmo. Pasemos una simple velada ante el aparato televisor (para limitarnos a las formas más comunes de la cultura); a lo largo de la velada, a pesar del esfuerzo de vulgarización general que los realizadores llevan a cabo, recibiremos varios lenguajes diferentes, de modo que es imposible que todos ellos respondan, no tan sólo a nuestro deseo (empleo la palabra en el sentido más fuerte) sino incluso a nuestra capacidad de intelección: en la cultura siempre hay una parte de lenguaje que el otro (o sea, yo) no comprende; a mi vecino le parece aburrido ese concierto de Brahms y a mí me parece vulgar aquel **sketch** de **variétés**, y el folletón sentimental, estúpido: el aburrimiento, la vulgaridad, la estupidez son los distintos nombres de la secesión de los lenguajes. El resultado es que esta secesión no sólo separa entre sí a los hombres, sino que cada hombre, cada individuo se siente despedazado interiormente; cada día, dentro de mí, y sin comunicación posible, se acumulan diversos lenguajes aislados: me siento fraccionado, troceado, desperdigado (en otra ocasión, esto pasaría por ser la definición misma de la "locura"). Y aun cuando yo consiguiera hablar sólo un único lenguaje durante todo el día, ¡cuántos lenguajes diferentes me vería obligado a recibir! El de mis colegas, el del cartero, el de mis alumnos, el del comentarista deportivo de la radio, el del autor clásico que leo por la noche: considerar en pie de igualdad la lengua que se habla y la que se escucha, como si se tratara de la misma lengua, es una ilusión de lingüista.

Barthes, Roland. "La paz cultural", en *El Susurro del lenguaje*. Barcelona, Paidós, 1987.

6

Por el contrario, es el cuerpo de la sociedad el que se convierte, a lo largo del siglo XIX, en el nuevo principio. A este cuerpo, se le protegerá de una manera casi médica: en lugar de los rituales mediante los que se restauraba la integridad del cuerpo del monarca, se van a aplicar recetas terapéuticas tales como la eliminación de los enfermos, el control de los contagiosos, la exclusión de los delincuentes. La eliminación por medio del suplicio es así reemplazada por los métodos de asepsia: la criminología, el eugenismo, la exclusión de los "degenerados".

M.F.: Es preciso en principio descartar una tesis muy extendida según la cual el poder en nuestras sociedades burguesas y capitalistas habría negado la realidad del cuerpo en provecho del alma, de la conciencia, de la idealidad. En efecto, nada es más natural, más físico, más corporal que el ejercicio del poder... ¿Cuál es el tipo de inversión sobre el cuerpo que es preciso y suficiente para el funcionamiento de una sociedad capitalista como la nuestra? Pienso que desde el siglo XVIII hasta comienzos del XX, se ha creído que la dominación del cuerpo por el poder debía ser pesada, maciza, constante, meticulosa. De ahí esos regímenes disciplinarios formidables que uno encuentra en las escuelas, los hospitales, los cuarteles, los talleres, las ciudades, los inmuebles, las familias... y después, a partir de los años sesenta, se da uno cuenta de que este poder tan pesado no era tan indispensable como parecía, que las sociedades industriales podían contentarse con un poder sobre el cuerpo mucho más relajado. Se descubre entonces que los controles de la sexualidad podían atenuarse y adoptar otras formas...: Queda por estudiar de qué cuerpo tiene necesidad la sociedad actual.

Q.C.: ¿Su interés por el cuerpo se separa de las interpretaciones actuales?

M.F.: Me separo, me parece, a la vez de la perspectiva marxista y paramarxista. Respecto a la primera, no soy de los que intentan estudiar los efectos del poder a nivel de la ideología. Me pregunto, en efecto, si antes de plantear la cuestión de la ideología, no se sería más materialista estudiando la cuestión del cuerpo y los efectos del poder sobre él.

Foucault, Michel. *Microfísica del poder*. Madrid, de la Piqueta, 1980.

7

A. J. Greimas propuso describir y clasificar los personajes del relato, no según lo que son, sino según lo que hacen (de allí su nombre de actantes), en la medida en que participen de tres grandes ejes semánticos, que por lo demás encontramos en la frase (sujeto, objeto, complemento de atribución, complemento circunstancial) y que son la comunicación, el deseo (o la búsqueda) y la prueba; como esta participación se ordena por parejas, también el mundo infinito de los personajes está sometido a una estructura paradigmática (*Sujeto/Objeto, Donante/Destinatario, Ayudante/Opositor*) proyectada a lo largo del relato; y como el actante define una clase, puede ser cubierto por actores diferentes, movilizados según reglas de multiplicación, de sustitución o de carencia.

Estas tres concepciones tienen muchos puntos en común. El principal, es necesario repetirlo, es definir el personaje por su participación en una esfera de acciones, siendo esas esferas poco numerosas, típicas, clasificables.

Barthes, Roland. "Introducción al análisis estructural del relato", en *El análisis estructural*. Buenos Aires, CEAL, 1982.

8.1 Voz de la empiria

Dentro de poco, todas las secuencias van a cerrarse, el relato va a morir. ¿Qué sabemos de ellas? Que nacen de un cierto poder de la lectura, que intentan nombrar con un término suficientemente trascendente una serie de acciones surgidas de un tesoro patrimonial de experiencias humanas; que la tipología de estos comportamientos parece incierta, o que al menos no se les puede otorgar otra lógica que la de lo probable, la de la empiria, la de lo *ya-hecho* o lo *ya-escrito*, pues el número y el orden de sus términos son variables: unos proceden de una reserva práctica de pequeños comportamientos corrientes (*llamar a una puerta, dar una cita*), y otros están tomados de un corpus escrito de modelos novelescos (*el Rapto, la Declaración amorosa, el Asesinato*); que estas secuencias están ampliamente abiertas a la catálisis, al florecimiento, y pueden formar "árboles"; que, sometidas a un orden lógico-temporal, constituyen el armazón más fuerte de lo legible; que, por su naturaleza típicamente secuencial, sintagmática y ordenada a la vez, pueden formar el material privilegiado de un cierto análisis estructural del relato.

Adaptado de Barthes, Roland. *S/Z*. México, Siglo XXI, 1980.

8.2 Voz de la verdad

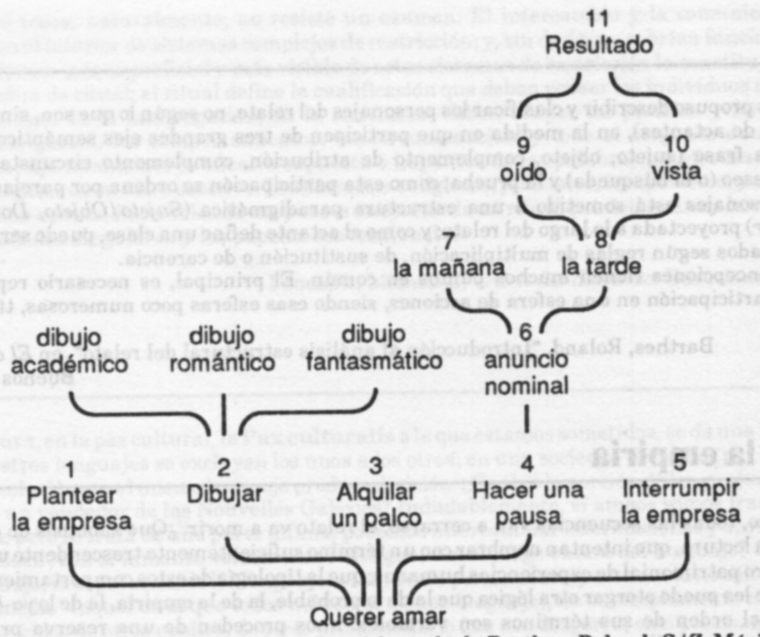
Ya están revelados todos los enigmas, la gran frase hermenéutica está clausurada. Ahora se conocen los morfemas (o los "hermeneutemas") de esta gran frase hermenéutica, de este *período* de verdad (en el sentido retórico). Son: 1) la *tematización*, o marca enfática del sujeto que será el objeto del enigma; 2) el *planteamiento*, índice metalingüístico que, al señalar de mil formas variadas que hay enigma, designa al *género* hermenéutico (o enigmático); 3) la *formulación* del enigma; 4) la *promesa de respuesta* (o la *petición de respuesta*); 5) el *engaño*, simulación que debe ser definida en lo posible por su circuito de destino (de un personaje a otro, a sí mismo, del discurso al lector); 6) el *equívoco*, o la doble interpretación, mezcla, en una sola enunciación, de un engaño y una verdad; 7) el *bloqueo*, constatación de la insolubilidad del enigma; 8) la *respuesta suspendida* (luego de haber sido apuntada); 9) la *respuesta parcial*, que consiste en enunciar solamente uno de los rasgos cuya suma formará la identificación completa de la verdad; 10) la *revelación*, el *desciframiento*, que es, en el enigma puro, un nombramiento final, el descubrimiento y la pronunciación de la palabra irreversible.

Adaptado de Barthes, Roland. *S/Z*. México, Siglo XXI, 1980.

9 El árbol

A veces, siguiendo el hilo de la enunciación, el código retórico se superpone al código de las acciones: la secuencia desgrana sus acciones (*decidir / dibujar / alquilar un palco / hacer una pausa / interrumpir la empresa*), pero el discurso hace brotar en ella expansiones lógicas: un género nominal (*la alucinación amorosa*) se plasma en conductas especiales (*la noche / la mañana*) que a su vez se convierten en resultado, coartada o resumen. Partiendo de la nominación implícita de la secuencia ("Querer amar"), se obtiene así un árbol cuyas ramificaciones y junturas reflejan cabalmente la transformación incesante de la línea frástica en volumen textual (ver cuadro en la página siguiente).

El código retórico —tan poderoso en el texto legible— impone en ciertos lugares de la secuencia una especie de brote: el término se transforma en nudo; un nombre corona —para anunciarla o resumirla— una enumeración que será, que ha sido detallada: la pausa en momentos, el dibujo en tipos, la alucinación en órganos afectados. A través de una estructura propiamente aristotélica, el discurso oscila incesantemente entre el género (nominal) y sus especies ("accionales"): el léxico, en cuanto sistema de nombres genéricos y especiales, colabora fundamentalmente en la estructuración. De hecho lo hace para apropiársela, pues el sentido es una fuerza: nombrar es sujetar, y cuanto más genérica es la nominación más fuerte es la sujeción. Cuando el discurso mismo habla de *alucinación* (sin perjuicio de plasmarla inmediatamente), comete el mismo acto de violencia que el matemático o el lógico que dice: *llamemos P al objeto que..., sea P' la imagen que...* etc. De esta manera, el discurso legible está tejido de nominaciones pre-demostrativas que aseguran la sujeción del texto —aunque tal vez provoquen también la náusea que produce toda violencia apropiativa. Nosotros mismos, al nombrar la secuencia ("Querer amar"), no hacemos más que prolongar la guerra de los sentidos, dar la vuelta a la apropiación que ha sido operada por el texto mismo.



Adaptado de Barthes, Roland. *S/Z*. México, Siglo XXI, 1980.

10 La trenza

El texto, mientras se hace, se parece a un encaje de Valenciennes que naciera ante nosotros bajo los dedos de la encajera: cada secuencia entablada pende como el bolsillo provisionalmente inactivo que espera mientras su vecino trabaja; luego, cuando llega su turno, la mano recoge el hilo y lo vuelve a colocar sobre el mundillo, y a medida que el dibujo se completa, cada hilo indica su avance por un alfiler que lo retiene y que poco a poco se desplaza: lo mismo ocurre con los términos de la secuencia: son *posiciones* ocupadas y luego rebasadas con vistas a una carga progresiva del sentido. Este proceso es válido para todo el texto. El conjunto de los códigos, cuando son aprehendidos en el trabajo, en la marcha de la lectura, constituye una trenza (*texto, tejido* y *trenza* son la misma cosa); cada hilo, cada código es una voz; estas voces trenzadas —o trenzantes— forman la escritura: cuando está sola, la voz no trabaja, no transforma nada, *expresa*; pero desde el momento en que interviene la mano para reunir y entremezclar los hilos inertes, hay trabajo, hay transformación.

Barthes, Roland. *S/Z*. México, Siglo XXI, 1980.

11

He aquí la hipótesis que querría emitir, esta tarde, con el fin de establecer el lugar —o quizás el muy provisional teatro— del trabajo que estoy realizando: yo supongo que en toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad.

En una sociedad como la nuestra son bien conocidos los procedimientos de *exclusión*. El más evidente, y el más familiar también, es lo *prohibido*. Se sabe que no se tiene derecho a decirlo todo, que no se puede hablar de todo en cualquier circunstancia, que cualquiera, en fin, no puede hablar de cualquier cosa. Tabú del objeto, ritual de la circunstancia, derecho exclusivo o privilegiado del sujeto que habla: he ahí el juego de tres tipos de prohibiciones que se cruzan, se refuerzan o se compensan, formando una compleja malla que no cesa de modificarse.

Existe en nuestra sociedad otro principio de exclusión: no se trata ya de una prohibición sino de una separación y un rechazo. Pienso en la oposición razón y locura. Desde la más alejada Edad Media, el loco es aquél cuyo discurso no puede circular como el de los otros: llega a suceder que su palabra es considerada como nula y sin valor, no conteniendo ni verdad ni importancia, no pudiendo testimoniar ante la justicia, no pudiendo autentificar una partida o un contrato, no pudiendo ni siquiera, en el sacrificio de la misa, permitir la transubstanciación y hacer del pan un cuerpo; en cambio suele ocurrir también que se le confiere, opuestamente a cualquier otra, extraños poderes, como el de enunciar una verdad oculta, el de predecir el porvenir, el de ver en su plena ingenuidad lo que la sabiduría de los otros no puede percibir. Resulta curioso constatar que en Europa, durante siglos, la palabra del loco o bien no era escuchada o bien si lo era, recibía la acogida de una palabra de verdad. O bien caía en el olvido —rechazada tan pronto como era proferida— o bien era descifrada como una razón ingenua o astuta, una razón más razonable que la de las gentes razonables. De todas formas, excluida o secretamente investida por la razón, en un sentido estricto, no existía. A través de sus palabras era como se reconocía la locura del loco; ellas eran el lugar en que se ejercía la separación, pero nunca eran recogidas o escuchadas. Nunca, antes de finales del siglo XVIII, se le había ocurrido a un médico la idea de querer saber lo que decía (cómo se decía, por qué se decía) en estas palabras que, sin embargo originaban la diferencia. Todo ese inmenso discurso del loco regresaba al ruido; y no se le concedía la palabra más que simbólicamente,

en el teatro en que se le exponía, desarmado y reconciliado, puesto que en él jugaba el papel de verdad enmascarada. Se me puede objetar que todo esto actualmente ya está acabado o está acabándose; que la palabra del loco ya no está del otro lado de la línea de separación; que ya no es considerada como algo nulo y sin valor; que más bien al contrario, nos pone en disposición vigilante; que buscamos en ellas un sentido, o el esbozo o las ruinas de una obra; y que hemos llegado a sorprender, esta palabra del loco, incluso en lo que nosotros mismos articulamos, en ese minúsculo desgarrón por donde se nos escapa lo que decimos. Pero tantas consideraciones no prueban que la antigua separación ya no actúe; basta con pensar en todo el armazón de saber, a través del cual desciframos esta palabra; basta con pensar en toda la red de instituciones que permite al que sea —médico, psicoanalista— escuchar esa palabra y que permite al mismo tiempo al paciente manifestar, o retener desesperadamente, sus pobres palabras; basta con pensar en todo esto para sospechar que la línea de separación, lejos de borrarse, actúa de otra forma, según líneas diferentes, a través de nuevas instituciones y con efectos que no son los mismos. Y aun cuando el papel del médico no fuese sino el escuchar una palabra al fin libre, la escucha se ejerce siempre manteniendo la separación. Escucha de un discurso que está investido por el deseo, y que se supone —para su mayor exaltación o para su mayor angustia— cargado de terribles poderes. Si bien es necesario el silencio de la razón para curar los monstruos, basta que el silencio esté alerta para que la separación permanezca.

Foucault, Michel. *El orden del discurso*. Barcelona, Tusquets, 1979.

12

El cine se basa, como sabemos, en el encadenamiento de imágenes fotográficas que producen impresión de movimiento por la velocidad con que se suceden ante nuestra vista. El montaje de imágenes es la *técnica operativa* básica en el cine; no se trata de una técnica artística específica, sino que viene determinada por el medio. Aunque se podría hacer una distinción según el uso, porque no es lo mismo cuando la sucesión de planos fotográficos reproduce el curso de un movimiento natural que cuando reproduce un movimiento artístico (por ejemplo: a partir de un león de mármol dormido, despierto y puesto en pie se produce la impresión de que ese león salta, como sucede en *El acorazado Potemkin*). En el primer caso también se "montan" imágenes aisladas, pero la impresión cinematográfica reproduce por engaño el curso de un movimiento natural. En el segundo caso, sin embargo, la impresión de movimiento sólo puede producirla el montaje de imágenes.

Mientras que en el cine el montaje de imágenes es un procedimiento técnico, dado por el propio medio cinematográfico, en la pintura tiene el *status* de un principio artístico. No es casualidad que el montaje —dejando a un lado los "precursores" descubiertos siempre *a posteriori*— aparece históricamente vinculado al cubismo, el movimiento que dentro de la pintura moderna ha destruido conscientemente el sistema de representación vigente desde el Renacimiento. En los *papiers collés* de Picasso y Braque, realizados durante los años de la Primera Guerra Mundial, hay siempre dos técnicas contrastadas: el "ilusionismo" de los fragmentos de realidad (un trozo de cesta, un papel pintado) y la "abstracción" de la técnica cubista con la que se tratan los objetos representados. Este contraste constituye sin duda un interés prioritario para ambos artistas, cosa que podemos reconocer también en los cuadros de la época que renuncian a la técnica del montaje.

Una teoría de la vanguardia tiene que partir del concepto de montaje tal y como queda implicado en los primeros *collages* cubistas. Lo que distingue a éstos de las técnicas de pintura desarrolladas desde el Renacimiento, es la incorporación de fragmentos de realidad a la pintura, o sea, de materiales que no han sido elaborados por el artista. Con ello se destruye la unidad de la obra como producto absoluto de la subjetividad del artista. El pedazo de cesta que Picasso pega en un cuadro puede ser elegido teniendo en cuenta una intención de composición; como pedazo de cesta sigue formando parte de la realidad, y se incorpora al cuadro tal cual es, sin experimentar cambios esenciales. De esta manera, se violenta un sistema de representación que se basa en la reproducción de la realidad, es decir, en el principio de que el artista tiene como tarea la transposición de la realidad. Los cubistas no se contentan, es verdad —como haría un poco más tarde Duchamp— con exhibir un mero fragmento de la realidad, pero renuncian a la total constitución del espacio del cuadro como un continuo.

Bürger, Peter. *Teoría de la vanguardia*. Barcelona, Ed. Península, 1987.

13 El cine de Warhol. Pálido maestro de lo instantáneo

Si Funes el memorioso hubiera hecho películas, esas películas serían como las de Warhol: así como Funes, el cine de Warhol desdeña los cortes y las elipsis porque, en definitiva, desconfía de la memoria o piensa que la memoria no es posible. Funes no puede olvidar y lo recuerda *todo*, como si se dijera *en tiempo real*. Las películas de Warhol, igualmente, imprimen todo: la noche entera del Empire State, el sueño entero del poeta John Giorno, la ceremonia entera de comer un permanentemente regenerado champignon protagonizado por Robert Indiana, la chupada más larga de la historia. Una de las *cosas* que el cine de Warhol pone en cuestión es la memoria, la inmediatez de su falta. La otra *cosa* es la percepción: con eso alcanza para convertir una película en un clásico y en un monumento de la gran tradición del modernismo occidental. El pálido maestro de lo instantáneo no está coleccionando recuerdos: está dándole forma al presente.

Entre el 1º y el 11 de octubre de 1990 la Cinemateca Argentina exhibió la muestra itinerante organizada (¿con qué criterios?, ¿al cuidado de quién?) por el Museo de Arte Moderno de Nueva York. El programa prometía trece filmes de los que sólo llegaron diez (la estupenda *Vinyl*, primera versión de *La naranja mecánica*, *Beauty Nº 2*, un fascinante estudio sobre la magia del movimiento humano y *My Hustler*, una obra de realismo psicológico, quedaron afuera), y de los cuales dos estaban espantosamente mutilados (de las seis horas de *Sleep* se vieron 42 minutos; de las ocho horas de *Empire*, 48) y uno dudosamente compaginado (*Chelsea Girls*). No hay que sorprenderse demasiado: el cine de Warhol

tenía que ser neutralizado, más tarde o más temprano, en su potencia de excitación y en su exasperante vocación de máquina. Humanizar a Warhol, acotar temporalmente sus experimentos, normalizar sus películas, *capturar* la estética en módicos clips; eso es algo que patrocina la Embajada de Estados Unidos (esta muestra, naturalmente, cuenta con la colaboración de esa embajada). Pero *Sleep, Empire, Chelsea Girls* y *Blow Job* están allí, interpelando a la historia, desautomatizando la percepción, reinventando el cine. Eso pasó, ya se sabe, y sólo podemos lamentarnos porque se niega esa experiencia radical del arte de Warhol, como se niega *toda experiencia radical*. Los que hoy acuden fascinados a ver la última película de Schwarzenegger ya levantan sus pancartas que dicen: *snobismo, elitismo*.

La filosofía (o la ideología) pop reivindica una posición de perpleja e inquietante curiosidad por las banalidades: el movimiento, el sueño, las caras, los objetos, el tiempo, el cuerpo. Casualmente, todo aquello que el sentido común se niega a pensar y todo aquello que constituye la temática y la grandeza de las grandes películas de Warhol. También, de paso, lo que constituyó el canon del arte del siglo XX, ante cuyos umbrales Warhol se detiene con una mueca burlona: ¿entrar en ese Olimpo? ¿Canonizarse? Mientras la pregunta se resuelve, hay que aprovechar para pensar la radicalidad de algunas de las películas exhibidas en la cinemateca: *Kiss* y *Sleep* (mutilada) introducen la imagen de personas para las que (en el sueño, en el beso) la experiencia del tiempo ha sido radical y metabólicamente convertida en otra. Un tiempo privado, alterado. Con *Sleep*, además, Warhol es el primer cineasta *de todos los tiempos* en admitir que su público puede no desear ver todos los minutos de su obra. Y es el primero en utilizar estéticamente ese desinterés. *Blow Job*, además de una compleja película-retrato, es una obra maestra de erotismo: no poder ver la *fellatio* que sucede fuera del cuadro es lo que vuelve tensa su visión. *Eat*, siempre al borde del puro preciosismo visual, manifiesta también esa curiosidad voyeurística por los rostros, las facciones, la *personalidad*.

Empire, la última película muda, el fin de una etapa, no es sólo una *boutade*, es además una película de la talla de *Potemkin* o de *Intolerancia*: la película permite que Warhol lleve a cabo la deshumanización del ojo cinematográfico hasta sus últimas consecuencias. Del período sonoro (con Ronald Tavel como colaborador), *Chelsea Girls* es probablemente la más exitosa y una de las mejores películas warholianas: todavía se mueve en el límite de las percepciones de los espectadores, actúa, todavía dentro de la tradición modernista de la que Warhol comienza a apartarse a partir de ese momento. *Chelsea Girls*, como ninguna otra película antes, mantiene una estructura narrativa mientras destruye por completo el tiempo narrativo. El cine de horror o de *suspense* es, ante todo, una invitación a participar sin riesgo en la violencia de su ritmo. Por el contrario, la forma en que *Chelsea Girls* influye en el tiempo del reloj constituye algo más próximo a una prohibición, a un rechazo.

Cualquiera puede afirmarlo sin equivocarse: el cine de Warhol *no* es divertido. Y bien: *¿quién ha dicho que el cine debe ser divertido?* Goebbels, Goebbels, Goebbels.

Daniel Link. En *Los Periodistas*, 24. Buenos Aires, 15/10/90.

14.1 Batman, capítulo primero. El amor verdadero

Existe un cierto gusto que suele llamarse *camp*. El *camp*, los *campies*, gustan de los objetos bajos, la cultura repetida, un cierto énfasis estético siempre en desacuerdo con los resultados (las películas de Armando Bo). Pero por sobre todo, el *camp* afirma el placer ante la doble lectura, el gusto por los dobles mensajes, los guiños y las trampas de la recta comunicación. En el *camp* uno habla para dos: cada uno de los dos entiende cosas distintas. La serie *Batman*, que acaba de volver a la TV es deliciosa especialmente por sus diálogos equívocos, maliciosos, modelo de lo *camp*.

Como todo el mundo sabe, hay entre el Joven Maravilla, el pupilo, Robin y su tutor, el encapotado, Batman, una relación más intensa de lo que suele ser socialmente aceptable. Lo sabe el viejo Alfred, que dice al dúo dinámico: *"Esta doble vida que llevan terminará por matarlos"*. En un momento de riesgo, Batman le dice al Joven Maravilla: *"Pase lo que pase jamás nos separaremos, Robin"*. Uno de los villanos captura al Encapotado y le dice a sus secuaces: *"Rápido, a la cama con él"*. Bruno Díaz y Ricardo Tapia argumentan ante la tontísima tía Harriet: *"Ricardo y yo debemos estar a solas en la biblioteca"*. Una vez allí, el maestro le pregunta al pupilo: *"¿Lo hacemos?"* Ante los coqueteos de Batman con una de las villanas (que no es Gatúbela, la pérfida, la sexy, la ninfómana), Robin estalla de cólera: *"No niego que sea bonita, pero ¿qué tiene ella...* (están las cámaras, Robin lo sabe, y por eso concluye) *...que no tengan las demás chicas?" "Un micrófono que le puse en el bolso"* contesta, cínicamente, Batman, tranquilizando a Robin, dándole a entender que sus celos son infundados, que el baticorazón del Hombre Murciélago tiene un solo dueño.

Cada episodio de Batman es lo Otro que irrumpe en la vida cotidiana del multimillonario solterón y pusilánime y su pupilo adolescente e hiperkinético. Humos de colores, narcóticos, diálogos equívocos: artillería *camp* que sigue seduciendo a los amantes del doble sentido, los mismos que buscan con fascinada impaciencia algún capítulo de *Jim West*, esa otra joya de la TV.

Daniel Link. En *Los Periodistas*, 7. Buenos Aires, 2/11/89.

14.2 El kitsch

Una de las categorías mayores del objeto moderno, juntamente con el "gadget", es el *kitsch*. *El objeto-kitsch* lo constituye corrientemente toda esa multitud de objetos "de tres al cuarto", hechos en estuco, bisutería, accesorios, quincallería folklórica, *souvenirs*, de pantallas o de máscaras negras; todo ese museo de pacotilla que prolifera en todas partes, aunque preferentemente en los lugares de vacaciones y de distracción. El *kitsch* es el equivalente del "cliché" en el discurso. Y esto debe hacernos comprender que, tal como ocurre con el "gadget", se trata en este caso de una *categoría*, difícilmente definible, pero que no debe confundirse con ningún objeto *real*. El *kitsch* puede estar en todas partes, tanto en el detalle de un objeto como en el plano de un conjunto de viviendas, en una flor artificial como en un fotorromance. Con preferencia se definirá como *seudobjeto*, es decir, como simulación, copia, objeto ficticio, estereotipo, como pobreza de significación real y superabundancia de signos, de referencias alegóricas, de connotaciones

disparatadas, como exaltación del detalle y saturación a través de los detalles. Hay, por otra parte, una estrecha relación entre su organización interna (superabundancia desarticulada de signos) y su aparición en el mercado (proliferación de objetos absurdos, amontonamiento de objetos de serie). El *kitsch* es una *categoría cultural*.

Esta proliferación del *kitsch*, resultado de la multiplicación industrial, de la vulgarización, a nivel del objeto, de los signos distintivos sacados de todos los registros (lo pasado, lo neo, lo exótico, lo folklórico, lo futurista) y de una sobrepuja desordenada de signos "confeccionados", tiene su fundamento, como la "cultura de masas", en la realidad sociológica de la sociedad de consumo. Esta es una sociedad móvil: amplias capas de la población ascienden por la escala social, acceden a un *status* superior y al mismo tiempo a la demanda cultural, que no es otra cosa que la necesidad de manifestar ese *status* a través de signos. A todos los niveles de la sociedad, las generaciones de "recién llegados" quieren su panoplia. Inútil, pues, acusar de "vulgaridad" al público o de táctica "cínica" a los industriales que quieren dar salida a su mercancía de pacotilla. Aunque semejante aspecto sea importante, no puede *explicar* la excrecencia cancerosa del parque de "seudobjetos". Para ello es preciso que exista una demanda, y esta demanda depende de la movilidad social. No hay *kitsch* en una sociedad sin movilidad social: un parque limitado de objetos de lujo basta como material distintivo a la casta privilegiada.

El *Kitsch* revaloriza evidentemente el objeto raro, precioso, único (cuya producción puede hacerse industrial, también). *Kitsch* y objeto "auténtico" organizan así por su cuenta el mundo del consumo, según la lógica de un material distintivo hoy en día siempre en movimiento y expansión. El *kitsch* tiene un valor distintivo pobre, pero dicho valor pobre está ligado a una rentabilidad estadística máxima: clases enteras se adueñan de él. A ello se opone la cualidad distintiva máxima de los objetos raros, ligada a su corpus limitado. No se trata en este caso de "belleza": se trata de distintividad, y esto es una función *sociológica*. El acceso de capas más numerosas a dicha categoría de signos obliga a las clases superiores a distanciarse mediante otros signos en número restringido (restringido bien por su origen, como los objetos antiguos auténticos o los cuadros, o porque este número es sistemáticamente limitado, como las ediciones de lujo y los coches fuera de serie). En esta lógica de la distinción, el *kitsch* nunca innova: se define por su valor derivado y pobre. Esta valencia pequeña es a su vez una de las razones de su multiplicación ilimitada. *Se multiplica en extensión*, mientras que, en la parte superior de la escala, los objetos "de clase" *se desmultiplican en calidad* y se renuevan haciéndose más raros.

Esta función derivada está también aquí ligada a su función "estética" o antiestética. A la estética de la belleza y de la originalidad, el *kitsch* opone su *estética de la simulación*: en todas partes reproduce los objetos a un tamaño inferior o superior al natural, imita los materiales (estuco, plástico, etc.), remeda las formas o las combina de manera disparatada, *repite la moda* sin haberla vivido. En todo esto, es homólogo del "gadget" en el plano técnico: el "gadget" es también esa parodia tecnológica, esa excrecencia de funciones inútiles, esa *simulación* continua de la función sin referencia práctica real. Semejante estética de la simulación está profundamente ligada con la función socialmente asignada al *kitsch* de traducir la aspiración, la anticipación social de clase, la afiliación mágica a una cultura, a las formas, a las costumbres y a los signos de la clase superior, una estética de la "culturización" que se traduce en una subcultura del objeto.

Adapt. de Baudrillard, Jean. *La sociedad de consumo*. Barcelona, Plaza & Janes, 1974.

15

El masivo tema de la prensa sólo se puede manipular por contacto directo con las pautas formales del medio en cuestión. Así, pues, se hace necesario que afirmemos, de inmediato, que "interés humano" es una expresión técnica que significa lo que sucede cuando son muchísimas las páginas de libro o son múltiples los artículos de información que quedan dispuestos en un mosaico tendido sobre una página. El libro es una forma confesional privada que proporciona un "punto de vista". La prensa es una forma confesional de grupos que proporciona participación comunal. Puede "dar color" a los acontecimientos utilizándolos o dejando totalmente de utilizarlos. Pero es la exposición comunal cotidiana de múltiples artículos o puntos de yuxtaposición lo que da a la prensa su compleja dimensión de interés humano.

Tanto el libro como el diario son de naturaleza confesional pues, por su mera forma, crean el efecto del *relato interior*, cualquiera que sea su contenido. De igual modo que la página del libro va dando el relato interior de las aventuras mentales del autor, también la página de prensa da el relato interior de la comunidad en acción e interacción. Es por este motivo que parece que la prensa esté desempeñando su función cuando pone al descubierto el peor lado. Las noticias verdaderas son malas noticias (malas noticias *acerca* de alguien o malas noticias *para* alguien).

Incluso antes de la aceleración del telégrafo, el diario del siglo XIX había avanzado gran trecho hacia una forma de mosaico. Las rotativas movidas por vapor entraron en uso décadas antes que la electricidad, pero la composición tipográfica a mano siguió siendo más satisfactoria que ningún medio mecánico hasta la creación de la máquina linotipo, alrededor del año 1890. Con la linotipo, la prensa pudo ajustar su forma más plenamente a la acumulación de noticias telegráficas y a la impresión de noticias por las rotativas. Es típico y significativo que la respuesta de la linotipo a la antigua lentitud de la composición tipográfica a mano no llegara de los directamente afectados por el problema. Se habían gastado en vano cuantiosas fortunas en máquinas para composición tipográfica antes de que James Clephane, que buscaba una manera rápida de poner por escrito y copiar notas taquigráficas, descubriese la manera de combinar la máquina de escribir y la de componer. Fue la *máquina de escribir* la que resolvió el totalmente distinto problema de la *composición tipográfica*.

Los anuncios clasificados (y cotizaciones de bolsa) son los cimientos de la prensa. Si se encontrase una fuente alternativa y de fácil acceso para estas dos clases de información, la prensa cerraría. La radio y la televisión pueden cuidar de los deportes, las noticias, las historietas y las imágenes. Los artículos editoriales, que son el único rasgo al estilo de libro que presenta el diario, han sido algo de lo que se ha hecho caso omiso durante muchos años, a menos que apareciesen en forma de noticia o de anuncio pagado.

El hombre orientado hacia el libro abriga la ilusión de que la prensa estaría mejor sin anuncios y sin la presión del anunciante. Las encuestas entre lectores han sorprendido incluso a los editores con la revelación de que la

errante mirada del lector de diarios saca igual satisfacción de los anuncios que del texto de noticias. Durante la Segunda Guerra Mundial se enviaron a las fuerzas armadas números especiales de revistas norteamericanas de los que se habían omitido los anuncios. Los soldados insistieron en que apareciesen de nuevo los anuncios. Naturalmente; éstos son la mejor parte de cualquier revista o diario. En la confección de un anuncio entran más ideas y quebraderos de cabeza, más inteligencia y arte que en cualquier artículo en prosa del diario o revista. Los anuncios son *noticias*. Lo malo es que siempre han de ser *buenas* noticias. Para equilibrar el efecto y para vender noticias buenas, se hace necesario contar con un montón de noticias malas. Además, el periódico es un medio cálido. Debe tener noticias malas para captar la intensidad y la participación del lector. Las noticias *verdaderas* son noticias *malas*, tal como ya lo hicimos notar, y tal como puede atestiguarlo cualquier periódico desde que se comienza a imprimir. En tanto son noticias, los incendios, inundaciones y otros desastres colectivos en tierra, mar y aire, sobrepasan en importancia cualquier clase de horror o villanía individual. Los anuncios, por el contrario, tienen que hacer resonar su feliz mensaje en forma alta y clara para que así alcancen el poder de penetración de las malas noticias.

Los primeros artículos de la prensa que busca el lector son aquellos que tratan de lo que ya conoce o sabe. Si hemos sido testigos de un suceso, ya sea un juego de pelota, una baja en la bolsa de valores o una tormenta de nieve, lo primero que buscamos es la información sobre tal acontecimiento. ¿Por qué? La respuesta es capital para cualquier comprensión de los medios. ¿Por qué al niño le gusta charlar de los acontecimientos de su jornada aunque sea a empellones? ¿Por qué preferimos las novelas y las películas que nos presentan escenas y personajes que nos son bien conocidos? Debido a que, para los seres racionales, el ver y reconocer su propia experiencia bajo una nueva forma material es un don de vida no comprado. La experiencia llevada literalmente a un medio nuevo, proporciona la deleitable recreación de una conciencia más temprana. La prensa repite la emoción que tenemos cuando utilizamos la sagacidad y, al hacerlo, podemos llevar el mundo exterior al tejido de nuestro propio ser. Esta emoción o translación explica el por qué las personas desean servirse de sus sentidos en todo momento. Las prolongaciones externas de los sentidos y facultades a las que llamamos medios, las utilizamos tan constantemente como nuestra vista o nuestro oído y por los mismos motivos.

El formato de la prensa, es decir, sus características estructurales, fue adoptado muy naturalmente por los poetas posteriores a Baudelaire con el fin de evocar una conciencia inclusiva. La página de nuestro periódico corriente no sólo es simbolista, surrealista y de vanguardia sino que fue también la temprana *inspiración* del simbolismo y el surrealismo en arte y en poesía, tal como puede descubrirlo quienquiera que lea a Flaubert o Rimbaud. Si se le enfoca como una forma periodística, se goza mejor y más prontamente cualquier parte del *Ulysses* de Joyce, o cualquier poema de T. S. Eliot anterior a los *Quartets*. Sin embargo, es tal la austera continuidad de la cultura del libro que desdeña darse cuenta de estas *liaisons dangéreuses* entre medios, en especial los escandalosos entendimientos de la página del libro con las criaturas electrónicas del otro lado del linotipo.

McLuhan, Marshall. *La comprensión de los medios como extensión del hombre*. México, Diana, 1969.

16 ¡Santa obsecuencia!: Batman ante la crítica

¿Etica en Argentina? ¿A cuánto se cotiza? El estreno de *Batman* y la repugnante catarata discursiva que viene con esa película obliga a interrogar la moral de la crítica. Batman, quién lo duda, es uno de esos mitos del siglo XX que amamos porque nos interpelan y no nos exigen demasiado. Sobre esa base, una vez más, se monta un gigantesco aparato de exacción económica e imperialismo cultural (¡más anacronismos!) que la crítica de los diarios porteños ignora o celebra, según los casos. El matutino de mayor circulación se lleva las palmas (y probablemente los avisos más grandes): *"es la película que hay que ver bajo riesgo de pasar a la clandestinidad social"*, esgrime sin vergüenza y sin memoria de lo que las palabras significan. El que no la ve *"es una verde ameba de Gainemedes"*, condena. El diario de la izquierda, más seriamente, recaba la opinión de grandes firmas: dos páginas en la que muchos insospechados discurren sobre *Batman*. El diario autodenominado independiente también incurre en doble página: como el crítico de cine considera pésima a la película, otras notas tratan de neutralizar ese feo efecto: *"Monumento gótico"*, se llama la doble página; *"Podría haber sido mejor"*, titula a una crítica que se cierra con *"un film que muere aplastado por su propio peso"*. El diario de los Mitre, tal vez por un aristocraticismo anacrónico, incluye una crítica de rutina, como si se tratara de cualquier película (y de eso se trata). De paso, es el único medio que informa que la copia local está cortada.

Daniel Link, en *Los Periodistas*, 10. Buenos Aires, 14/12/89.

17 Medios gráficos y consumos culturales

La prensa escrita

El módulo correspondiente a la lectura en la ciudad se abría con la consideración de los medios gráficos y, dentro de ellos, los diarios. La primera pregunta que se formuló fue la siguiente: *¿Ha leído Ud. algún diario en la última semana?* El 58,7 % de los entrevistados respondió que sí en tanto que el 41 % contestó que no lo había hecho. El enunciado de la pregunta (con la especificación temporal) pretendía acotar el universo a los que actualmente son lectores. El segundo interrogante: *¿Con qué frecuencia lee Ud. los diarios?*, permitía señalar hábitos, independientemente de la conducta de los últimos días. La combinación de las dos preguntas colocó al entrevistado en su práctica presente, a la vez que lo desprendió de posibles motivos accidentales por los que hubiera alterado sus costumbres.

Los datos de la encuesta señalan que quienes leen el diario todos los días configuran un 31,2 % del total de encuestados, mientras que la suma de quienes no leen casi nunca y nunca es de un 32 %. Al mismo tiempo, existe un 23,2 % de personas que lee diarios una o más veces por semana.

Es mayor el porcentaje de hombres (37,5 %) que el de mujeres (24,9 %) que leen el diario todos los días, dato que se correlaciona con el siguiente: el porcentaje de hombres que no leen el diario nunca es del 26,1 %, en tanto que el de mujeres que no lo hacen es del 37,7 %.

Con respecto a la edad de los lectores, se puede comprobar que la gente que lee más regularmente y con mayor frecuencia los diarios es la que cuenta con más de 35 años, práctica que disminuye en las edades inferiores a los 35 años. En efecto, la franja comprendida entre los 55 y los 64 años suma un 35,9 % de los que leen todos los días, seguidos por los de 35 a 44 años (34,9 %). Los más jóvenes (en nuestra muestra los que cuentan entre 15 y 17 años) son aquellos que en menor porcentaje leen el diario todos los días, aunque es en el segmento comprendido entre los 25 y los 34 años donde se verifica en mayor proporción la respuesta *"no leo nunca el diario"*.

En cuanto al nivel socioeconómico, sobre el total de encuestados del nivel ABC1 se comprueba que un 75 % lee el diario. Lo mismo hacen el 70,5 % del nivel C21, el 55,5 % de los entrevistados de nivel D1 y el 40,4 % del D2E. La frecuencia de lectura se mueve aproximadamente con las mismas diferencias.

Con respecto a la educación, la curva de lectura va de mayor a menor, desde universitaria completa (52,8 %) hasta ninguna educación formal (12,5 %) en aquellos que leen el diario todos los días.

Si bien la lectura de diarios decrece con la menor participación o interés en los asuntos sociopolíticos del país, la variación no es tan significativa como para asociar directamente la lectura de diarios con el interés o las demandas de los entrevistados en torno a ciertas temáticas públicas. Más bien, este hábito aparece ligado al nivel educativo y al poder adquisitivo de la gente.

La pregunta referente a *¿Qué día o días lee Ud. los diarios?* dio el siguiente resultado: el día en que más se leen diarios es el domingo, que representa el 84,2 % de los que leen una o más veces por semana. El día que le sigue es el sábado (19,4 %) y luego decrece notablemente en los días de semana.

Este predominio de la lectura en los fines de semana se debe a una serie de motivos conocidos: la mayor disponibilidad de tiempo libre en esos días; la abundante información útil de los diarios, que se relaciona tanto con ofertas de trabajo (en los avisos clasificados), como con diversas operaciones de compra y venta (en los suplementos inmobiliarios, de transacciones automotores, etc.); la publicación de guías del tiempo libre, comentarios sobre los espectáculos que se ofrecen, en suma: sábados y domingos son los días en los que hay mayor información sobre actividades relacionadas directamente con la vida cotidiana de los lectores, además de un abundante material de lectura conformado por suplementos especiales, revistas, etc.

Por otra parte, si bien el diario del día domingo no aporta mucha información puntual sobre temas de actualidad, trae notas de resumen y comentarios o reportajes sobre lo sucedido durante la semana en el sistema político, la economía y el panorama internacional.

Desde principios de los años '70, los diarios en la Argentina comienzan a incorporar una serie de géneros que hasta ese momento eran característicos de las revistas: los suplementos, las columnas de opinión, etc. En este sentido, el diario pionero fue *La Opinión* que empezó a aparecer en 1971. Esta contaminación de géneros se fue consolidando hasta el punto en que actualmente todos los diarios traen suplementos sobre temas o áreas especiales, notas de investigación y algunos de ellos una revista los días domingo. La cantidad de suplementos y la presencia-ausencia de revista parece ser un dato central en las ventas. Por ejemplo *Clarín*, sin duda el más voluminoso de los diarios de circulación nacional (los domingos ofrece alrededor de 60 páginas de lectura) y que llega a un público muy amplio, prácticamente duplica sus ventas los días domingo, en tanto *Página 12*, cuya edición dominical varía en menor medida que la de otros diarios y cuyo número de páginas es similar al del resto de la semana (alrededor de 28 páginas), disminuye ese día sus ventas en aproximadamente un 10 %.

La distribución por el resto de las variables se mantiene en forma similar a los datos generales que hemos estado analizando, con la única excepción de que los domingos aumenta considerablemente el porcentaje de mujeres que leen el diario, superando a los hombres que predominan en los seis días restantes.

La pregunta *¿Qué diario o diarios lee Ud. más regularmente?* arrojó el siguiente resultado: el 67,5 % de los encuestados respondió *Clarín*, seguido por *Crónica* (18,5 %), *La Nación* (12,3 %) y *Diario Popular* (8,9 %). El mayor porcentaje de lectores de *Clarín* se ubica en el segmento de edad que va de los 35 a los 44 años, y el de 55 a 64 años. *Crónica* tiene sus lectores en los grupos de edad más altos, en tanto *La Nación* es leída en primera instancia por el segmento de 55 a 64 años y luego por el de 25 a 34 años.

Con respecto a la distribución por nivel socioeconómico y educativo, aparece una segmentación bastante evidente: el nivel ABC1 y aquellos que han alcanzado niveles educativos superiores leen fundamentalmente *Clarín* y *La Nación*; el nivel C2 y el D1, *Clarín* (el mayor porcentaje de lectores de este diario se encuentra entre quienes han completado la escuela secundaria) y el grupo D2E, con niveles educativos inferiores, leen *Crónica, Clarín* y *Diario Popular*. Si bien el diario *Clarín* atraviesa todos los estratos sociales y educativos, la distribución correspondiente al resto de los diarios es bastante estricta: no existen prácticamente sectores bajos o poco instruidos que lean *La Nación*, al tiempo que no hay sectores altos o de educación superior que lean *Crónica* o *Diario Popular*. En la muestra, por ejemplo, no se ha detectado ningún caso de individuos con educación universitaria (completa o incompleta) que lean estas dos últimas publicaciones.

Finalmente, con respecto a los suplementos (*¿Lee Ud. los suplementos de los diarios? ¿Cuáles?*), se advierte que el 80 % de los lectores regulares de diarios leen también los suplementos. La primera preferencia se ubica en los lectores de la revista (42,9 %) que una buena parte de los diarios incluyen en su edición dominical (tal es el caso de *Clarín, La Nación* y *Diario Popular*), seguido por los suplementos de espectáculos (20,9 %) y deportes (12,3 %). Sin embargo, pese a estas preferencias específicas, el 16,6 % de los lectores habituales de diarios afirman leer todos los suplementos. Esta cifra es muy similar en Chile, donde el 85 % de los consumidores leen los suplementos.

La distribución de los lectores es la previsible: existe una mayor cantidad de hombres que de mujeres que leen deportes, los suplementos juveniles atraen fundamentalmente a la franja de edad comprendida entre los 18 y los 24 años y sólo el 1,2 % de los hombres lee los suplementos dedicados a la mujer y el hogar. Por otra parte, los suplementos técnicos y literarios son preferidos por aquellos que cuentan con edades más altas y por los que han alcanzado niveles educativos superiores.

Como se desprende de los datos analizados hasta aquí, existe un porcentaje más o menos elevado de personas que no leen nunca el diario o lo hacen muy esporádicamente. Sin embargo, sería un error establecer una correlación directa entre lectura del diario e información, ya que en otros módulos de la encuesta se puede comprobar que la gente se informa por otros medios, especialmente la televisión y la radio.

Las revistas

La pregunta que abría en nuestro cuestionario el módulo correspondiente a las revistas estaba formulada del siguiente modo: *En los últimos tres meses, ¿ha leído Ud. alguna revista?* El 57 % de los casos (342 personas) declararon haberlas leído (61 % de mujeres y 52 % de hombres), predominando los segmentos de edad más jóvenes (entre 15 y 24 años). Estos resultados coinciden casi exactamente con la muestra chilena, donde afirmaron haber leído revistas un 56 % de los casos, con un predominio de los grupos de edad inferiores a los 30 años.

Con respecto al nivel socio-económico, es el grupo ABC1 el principal consumidor, así como los que han alcanzado niveles educativos superiores.

Sin embargo este módulo presenta un fenómeno particular ya que, en lo que se ha analizado hasta ahora, se producía un escalonamiento de consumos decrecientes ligado al nivel socio-económico y a la educación. En este caso, si bien en términos absolutos los datos de consumos se mantienen dentro de este patrón de comportamiento (debido fundamentalmente al precio elevado de las revistas que en muchos casos las torna inaccesibles para los sectores de menores ingresos) aparece un fenómeno diferente: en los sectores populares existe un elevado porcentaje de personas que compran semanalmente un tipo de revistas que suelen denominarse "sensacionalistas". Estas tienen una serie de características particulares: están impresas en papel de baja calidad, con algunas —escasas— páginas en color; su precio es bastante bajo (por lo menos en relación con otro tipo de revistas), presentan un abigarrado índice de noticias (alrededor de diez o quince por tapa) y sus notas mezclan acontecimientos de la farándula con informaciones políticas, sucesos de brujería o comentarios sobre objetos voladores no identificados con noticias económicas. Las publicidades que aparecen ocupan una página completa, están integradas a la publicación y se leen como una noticia más, ofreciendo una gama de productos "no tradicionales" en las propagandas de las revistas que van desde métodos para adelgazar rápidamente hasta amuletos de la suerte, desde perfumes que provocan una irresistible atracción sexual hasta pirámides de vidrio para captar ondas positivas.

Este tipo de revistas no presenta ningún tipo de clasificación o jerarquía de noticias o secciones y la yuxtaposición hace aparecer a todas con un aire de semejanza; este hecho da como resultado que se lean, por ejemplo, con el mismo grado de verdad una información de carácter político y el caso de un hombre que habló con un extraterrestre, es decir, se ficcionaliza todo dato de la realidad. Este mecanismo de ficcionalización se reproduce también en los noticieros de mayor rating (los correspondientes al canal 9 y al canal 2) con los que se informan en general los sectores populares y, en cierta medida, en los diarios *Crónica* y *Diario Popular* que son los que leen estos mismos grupos. Aparece aquí un tema de indagación interesante que apunta a identificar los modos de conformación del gusto popular y el grado de credibilidad que tienen este tipo de noticias en los que es tan delgado el límite entre ficción y verdad.

En cuanto a la edad de los lectores, las revistas deportivas son leídas principalmente por los grupos más jóvenes (15 a 17 años) y los más ancianos (55 a 64 años); las revistas femeninas por las mujeres que cuentan entre 45 y 54 años y las de 15 a 17 años; las de actualidad por las de edades intermedias. Este último fenómeno se reproduce en las revistas sensacionalistas.

En lo que se refiere al nivel socio-económico, es el grupo ABC1 (como ya señaláramos) el que más lee todo tipo de revistas excepto las sensacionalistas, donde la concentración casi absoluta se da en el nivel D2E. El grupo C2 se comporta con porcentajes muy parecidos al ABC1.

Cuadro X
Tipos de revistas según nivel socio-económico

% Respecto de su universo	ABC1	C2	D1	D2E
Deportes	12,5 %	12 %	11,7 %	9,8 %
Femeninas	35 %	29,1 %	19,4 %	11,8 %
Actualidad	57,5 %	54,7 %	45,4 %	33,3 %
Sensacionalistas	5 %	6,8 %	15,3 %	31,4 %

Cuadro XI
Tipos de revistas leídas según nivel educativo

% respecto de su universo	Ninguna/ Primaria Incompleta	Prim. Comp.	Secund. Incomp.	Secund. Comp.	Univer. Incomp.	Univer. Comp.
Deportes	11,8 %	11,7 %	14,2 %	7,1 %	14,0 %	10,3 %
Femeninas	17,6 %	19,8 %	19,5 %	25,0 %	24,0 %	41,4 %
Actualidad	29,4 %	48,6 %	42,5 %	53,6 %	48,0 %	58,6 %
Sensacionalistas	41,2 %	16,2 %	16,8 %	9,5 %	8,0 %	—

Landi, Oscar, Vacchieri, Ariana y Quevedo, José Luis. *Público y consumos culturales.* Buenos Aires, CEDES, 1991.

18.1 Teoría de la Radio (1927-1932)[1]

I. La radio: ¿un descubrimiento antediluviano?

Recuerdo cómo oí hablar por vez primera de la radio. Uno tenía la impresión de que se trataba de un asunto no solamente de moda, sino realmente moderno.

Esta impresión se esfumó muy pronto, cuando también nosotros tuvimos ocasión de escuchar la radio. Naturalmente, al principio, uno quedaba maravillado y se preguntaba de dónde procedían aquellas audiciones musicales, pero luego esta admiración fue sustituida por otra: uno se preguntaba *qué clase* de audiciones procedían del éter. Era un

triunfo colosal de la técnica poder poner por fin al alcance del mundo entero un vals vienés y una receta de cocina. Como quien dice a mansalva.

Tenemos la vieja costumbre de ir siempre al fondo de todas las cosas, incluso cuando se trata de risas callejeras insulsas, si no hay otra cosa. Hacemos un consumo descomunal de cosas cuyo fondo podemos examinar. Y tenemos muy pocas personas dispuestas a renunciar a ellas en el caso dado. El hecho es que siempre nos dejamos dar en las narices por *posibilidades*.

Es un mal asunto.

Si creyera que la burguesía ha de vivir todavía cien años, estoy convencido de que estaría también cien años desbarrando a propósito de las inmensas posibilidades que encierra, por ejemplo, la radio. Aquellos que valoran la radio, lo hacen porque ven en ella una cosa para la cual puede inventarse "algo". Tendrían razón en el momento en que se inventara "algo" para lo cual se tuviera que inventar la radio, de no existir ya. En estas ciudades todo género de producción artística empieza con un hombre que va al artista y le dice que tiene un salón. Acto seguido el artista interrumpe el trabajo que había emprendido para otro hombre que le dijo que tenía un megáfono. Pues la profesión de artista consiste en encontrar algo que justifique luego la contrucción hecha sin reflexión de un salón o un megáfono. Es una profesión difícil y malsana al propio tiempo.

Deseo vivamente que esta burguesía, además de haber inventado la radio, invente otra cosa: un invento que haga posible establecer de una vez por todas lo que se puede transmitir por radio. Generaciones posteriores tendrían entonces la oportunidad de ver asombradas cómo una casta, a la vez que haciendo posible decir a todo el globo terráqueo lo que tenía que decir, hizo posible también que el globo terráqueo viera que no tenía nada que decir.

Un hombre que tiene algo que decir y no encuentra oyentes está en una mala situación. Pero todavía están peor los oyentes que no encuentran quien tenga algo que decirles.

II. Sugerencias a los directores artísticos de la radio

1. En mi opinión, deberían ustedes intentar hacer de la Radio una cosa democrática de veras. En este sentido, obtendrían ya toda una serie de resultados si, por ejemplo, disponiendo como disponen de maravillosos aparatos de difusión, dejaran de estar simplemente produciendo sin cesar, en vez de hacer productivos los acontecimientos *actuales* mediante su simple exposición, y en casos especiales incluso mediante una dirección hábil y que ahorre tiempo. Se comprende que gente que de repente se encuentra con estos aparatos en las manos quiera inmediatamente organizar cualquier cosa a fin de procurarles material, y encuentren alguna que otra nueva arte industrial que les procure material artificial.

Opino, pues, que ustedes deberían acercarse más a los acontecimientos reales con los aparatos y no limitarse solamente a la reproducción o la información. Tienen que acercarse a auténticas *sesiones del Reichstag* y sobre todo también a grandes *procesos*. Puesto que esto representaría un gran paso hacia adelante, habrá seguramente una serie de leyes que intentan impedirlo. *Tienen que dirigirse a la opinión pública para suprimir estas leyes.*

2. Por lo que respecta a la producción para la radio, debería ocupar, como se ha dicho, el segundo lugar, pero también debe ser intensificada. Raramente se oye hablar de trabajos de músicos realmente importantes para esta institución de ustedes. Carece en absoluto de valor intercalar ocasionalmente en conciertos piezas de estos músicos y recurrir a ellas eventualmente para dar color de fondo a radiocomedias; sus obras tienen que ser presentadas en toda su importancia *por principio*, y tiene que haber obras suyas compuestas expresamente para la radio.

3. Tienen que instalar un estudio. Sin experimentos es sencillamente imposible aprovechar íntegramente sus aparatos o lo que para ustedes sea eso.

4. Especialmente para los dos últimos puntos de mis sugerencias es requisito indispensable que rindan cuentas públicamente de las fabulosas sumas que la radio recauda y expliquen la aplicación que se da a este dinero público, hasta el último céntimo.

25 de diciembre de 1927

III. Aplicaciones

1. La cuestión de cómo se puede utilizar el arte para la radio y la cuestión de cómo se puede utilizar la radio para el arte —dos cuestiones muy distintas— tienen que subordinarse siempre a la cuestión, de hecho mucho más importante, de cómo se puede utilizar el arte y la radio en general.

2. Esta cuestión se contestará, si tenemos razón o nos la dan, de la siguiente manera: arte y radio tienen que ponerse a la disposición de fines pedagógicos.

3. La posibilidad de llevar a cabo una de estas formas pedagógicas directas de utilización del arte no parece hoy indicada, porque el Estado no tiene ningún interés en educar a su juventud para el colectivismo.

4. El arte debe empezar allí donde hay imperfección.

Por más que el ver quede eliminado, esto no quiere decir que no se vea nada, sino precisamente que se ve tan bien que se ven una infinidad de cosas, tantas "como se quiera".

Estos resultados tendrían naturalmente que quedar en la superficie acústica.

IV. La radiodifusión como medio de comunicación

Discurso sobre la función de la radiodifusión.

Nuestro orden social, que es anárquico —si uno puede imaginarse su anarquía de órdenes, esto es, una confusión mecánica y sin relación mutua de complejos en sí ampliamente ordenados de la vida pública—, nuestro orden social anárquico en este sentido, hace posible que se hagan y se desarrollen inventos que han de conquistar primero su mercado, demostrar su razón de ser, en una palabra, *inventos que no se hacen por encargo*. Así pudo la técnica estar preparada para recibirla. No era el público quien había esperado la radio, sino la radio que esperaba al público; y para caracterizar con más exactitud aún la situación de la radiodifusión, digamos que no era la materia prima la que, en virtud de una necesidad pública, esperaba métodos de fabricación, sino que son los métodos de fabricación los que andan buscando angustiosos una materia prima. *De repente se tuvo la posibilidad de decirlo todo a todos, pero, bien mirado, no se tenía nada que decir.* Y ¿quiénes eran todos? Al principio se las arreglaban sin pensar en ello. Miraban a su alrededor buscando dónde se dijera algo a alguien, e intentaban colarse dentro sólo por competencia, y decir cualquier cosa a cualquiera. Esto fue la radiodifusión en su primera fase en calidad de sustituto. Sustituto del teatro, de la ópera, del concierto, de las conferencias, del café concierto, de la prensa local, etc.

Ignoro si esta época se ha acabado, pero, de ser así, este joven, que para venir al mundo no necesitó presentar ningún certificado de aptitud, tendrá a la postre que buscar como mínimo una *meta de su vida*.

Ahora bien, por lo que respecta a esta *meta de la vida de la radiodifusión*, en mi opinión no puede consistir en simplemente amenizar la vida pública. Pues no sólo ha demostrado poca aptitud para ello, sino que también nuestra vida pública muestra desgraciadamente poca aptitud a ser amenizada.

Y para ser ahora positivos, es decir, para descubrir lo positivo de la radiodifusión, una propuesta para cambiar el funcionamiento de la radio: hay que transformar la radio, convertirla de aparato de distribución en aparato de comunicación. La radio sería el más fabuloso aparato de comunicación imaginable de la vida pública, un sistema de canalización fantástico, es decir, lo sería si supiera no solamente transmitir, sino también recibir, por tanto, no solamente hacer oír al radio-escucha, sino también hacerle hablar, y no aislarle, sino ponerse en comunicación con él.

La radiodifusión tiene que hacer posible el intercambio. Sólo ella puede organizar en grande las charlas entre los ramos del comercio y los consumidores sobre la normalización de los artículos de consumo, los debates sobre subidas del precio del pan, las peleas municipales. Si consideran esto utópico, les ruego reflexionen sobre el por qué es utópico.

Pero, sea lo que fuere lo que la radio trate de hacer, su empeño deberá consistir en hacer frente a aquella *inconsecuencia* en la que incurren tan ridículamente casi todas nuestras instituciones públicas.

Cuando se halla una invención técnica de una utilidad tan natural para distintas funciones sociales con un esfuerzo tan angustioso por quedarse *intrascendentemente* en pasatiempos cuanto más inofensivos mejor, entonces surge incontenible la pregunta de si no existe ninguna posibilidad de evitar el poder de la desconexión mediante la organización de los desconectados. Cualquier ofensiva en esta línea, por pequeña que fuera, habría de tener inmediatamente un resultado natural, que sobrepasaría en mucho al resultado de todos los programas de carácter culinario.

Por lo que se refiere a la *técnica* a desarrollar en todas estas tentativas, se orienta de acuerdo con su misión principal, a saber: el público no sólo tiene que ser instruido, sino que también tiene que instruir.

Misión formal de la radiodifusión es dar a estas tentativas instructivas un carácter interesante, es decir, hacer interesantes los intereses. Puede incluso dar una forma artística a una parte, especialmente la destinada a la juventud. Apoyarían este anhelo de la radio de dar forma artística a lo instructivo aspiraciones del arte moderno que quieren dar al arte un carácter didáctico.

Mediante sugerencias continuas, incesantes, para la mejor utilización de los aparatos en interés de la comunidad, tenemos que estremecer la base social de estos aparatos, discutir su empleo en interés de los menos.

Impracticables en este orden social, practicables en otro, las sugerencias, que a pesar de todo sólo representan una consecuencia natural del desarrollo técnico, sirven a la propagación y formación de este *otro* orden.

1932

Bretch, Bertold. Tomado de Bassets, Lluís (comp.). *De las ondas rojas a las radios libres. Textos para la historia de la radio.* Barcelona, Gustavo Gili, 1981.

[1] "Teoría de la Radio" es el título acuñado por el recopilador alemán de los *Escritos sobre Arte y Literatura* (Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1967; versión castellana fragmentaria: *El compromiso en Literatura y Arte*, Ed. Península Ediciones 62, S.A., Barcelona, 1974). De los cinco textos que componen esta "Teoría de la Radio", tres fueron publicados y los otros dos permanecieron inéditos.

18.2 Las radios libres y populares[1]

La evolución de los medios de comunicación de masas parece ir en dos direcciones opuestas:

—hacia sistemas hiperconcentrados controlados por los aparatos de Estado, los monopolios, los grandes aparatos políticos, que tienen como finalidad un modelado de la opinión, una adaptación reforzada de las actitudes, de los esquemas inconscientes de la población a las normas dominantes.

—hacia sistemas miniaturizados que ofrecen la posibilidad de una apropiación colectiva de los medios de comunicación, que facilitan medios reales de comunicación no sólo a las "amplias masas", sino también a las minorías, a los marginales, a los grupos desviados de todo tipo.

Por un lado, un centralismo, un conformismo, una opresión, cada vez mayores; por otro, la perspectiva de nuevos espacios de libertad, de autogestión, de expansión de las peculiaridades del deseo.

¿Cómo explicar el que haya sido a partir de una técnica ya relativamente caduca, como la radio, que se ha creado un espacio en esta segunda dirección, tanto en Italia como en Francia, con el fenómeno de las radios libres? ¿Por qué no el video, que hasta hace muy poco suscitaba tantas esperanzas? ¿O el cable? ¿O por qué no el Super-8 milímetros? ¡Sería muy difícil individualizar todos los factores que han hecho posible este "despegue" de las radios libres! Pero hay uno que en mi opinión reviste particular importancia:

—con el video y el cine, la iniciativa técnica está básicamente en manos de las grandes empresas industriales;

—con las radios libres, una parte importante de la técnica depende de la inventiva, del bricolage de sus promotores.

Ahora bien, las opciones técnicas, aquí como en todas partes, encubren siempre opciones políticas y micropolíticas. Por ejemplo, las opciones técnicas, en el campo de la televisión, se han centrado en un consumo familiar e individual. De ahí una definición muy constrictiva del marco de las emisiones (la división del trabajo entre la técnica, la presentación y la concepción de las emisiones, su continua concentración en "estudios" aislados, la vocación nacional de los programas...), que lleva ineluctablemente a la total pasividad del consumidor. Y sin embargo, en un principio, ¡nada imponía, a nivel técnico, semejante opción política!

Con las radios libres nos hallamos ante el mismo tipo de problema técnico-político. Pero en este caso, en virtud del enfrentamiento con el poder, ha sido el "medio pobre" el que se ha impuesto por su propio peso. Efectivamente, en

la fase actual, la única forma de resistir con eficacia a las interferencias y a las investigaciones judiciales consiste en multiplicar el número de emisoras y en miniaturizar el material para minimizar los riesgos (ya que esta guerrilla cotidiana de las ondas no es en absoluto incompatible con una "salida" en plan espectacular cuando la relación de fuerzas así lo aconseje: transmisión en público, jornadas nacionales, etc.).

El punto más importante, para los presentadores de las radios libres populares, es que el conjunto de los medios técnicos y humanos permite establecer un verdadero sistema de *feed-back* entre los radioyentes y el equipo que transmite. Ya sea a través de intervenciones en directo por teléfono, o abriendo las puertas del "estudio", o con entrevistas, o con la confección de transmisiones en cintas grabadas por los oyentes, etc.

Por supuesto, el hecho de que grupos sociales de todo tipo puedan tomar la palabra directa no deja de tener sus consecuencias. Básicamente supone un peligro para todos los sistemas tradicionales de representación social, cuestiona una cierta concepción del delegado, del diputado, del portavoz autorizado, del líder, del periodista... Es como si, en un inmenso mitin permanente —de dimensiones equivalentes a la superficie de escucha—, alguien, uno cualquiera, que puede ser incluso el más indeciso, el que tiene la voz menos firme, se encontrara con que le dan los medios de tomar la palabra cuando lo desea.

Es en el contexto de experimentación de un nuevo tipo de democracia directa donde se inscribe el problema de las radios libres. La palabra directa, la palabra viva, llena de seguridad y a la vez de indecisión, de contracción, o sea, de sin-sentido, es portadora de considerables cargas de deseo. Y es siempre esta parte de deseo la que tienden a reducir, a decantar, los portavoces, los intérpretes, los burócratas de todo tipo. La lengua de los medios de comunicación oficiales está calcada de las lenguas civilizadas de los medios dirigentes y de las universidades; todo remite, con ella, a un corte fundamental entre el decir y el hacer. Los únicos que tienen derecho a hacer son los dueños de esta especie de decir. Las lenguas del deseo, en cambio, inventan nuevos medios y poseen una tendencia irrefrenable a pasar a la acción; primero empiezan por "conmover", por hacer reír, por impresionar, más tarde hacen tener ganas de "ir hacia", hacia los que hablan y hacia lo que está en juego.

Guattari, Félix. Tomado de Bassets, Lluís (comp.). *De las ondas rojas a las radios libres. Textos para la historia de la radio*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.

[1] Este artículo fue publicado originalmente en la revista *La Nouvelle Critique* nº 115, París, junio-julio de 1978. Su autor, Félix Guattari, es presidente del Collectif de Soutien aux Radios Libres y quizás su más destacado animador intelectual. Ha sido miembro de la ya disuelta Escuela freudiana de París, que dirigía Jacques Lacan, y como psicoanalista trabajó en las experiencias de la Clínica Labourne desde su fundación en 1953.

19

Pacifistas, antimilitaristas, feministas, ecologistas y antifascistas. Las radios libres europeas no son públicas ni privadas. Le pertenecen a la comunidad. Conforman la voz de los grupos marginales urbanos que buscan un nuevo instrumento político para ejercer el derecho a la palabra. Aceptadas por el parlamento europeo, en España viven entre la ilegalidad y la tolerancia.

Transmitir para ser libre, o al menos independiente de compromisos privados y/o estatales, no es una utopía, es la premisa real y concreta que ha prevalecido en el marco de la *comunicación alternativa* de la radiodifusión europea durante las últimas décadas. Las radios libres producidas y financiadas por la comunidad constituyen uno de los fenómenos más interesantes generados por grupos marginales urbanos que, al disentir de las propuestas tradicionales, e incluso en muchos casos prejuiciadas, mediatizadas y parcializadas de la radiodifusión oficial, han optado por crear y financiar sus propios medios de comunicación, en los que pueden expresarse libremente. Pacifistas, ecologistas, asociaciones de vecinos, feministas, rockeros y punks, entre muchos otros, conforman la larga lista de quienes integran este modelo de comunicación comunitaria que se inició en Bélgica aproximadamente en 1969. Casi veinte años de una agitada experiencia que ha obtenido grandes logros, siendo el más reciente y tal vez el más importante la constitución de la Federación Europea de Radios Libres (FERL), en 1986, asociación que cuenta desde su fundación con el reconocimiento del Parlamento Europeo.

La FERL agrupa a más de 150 estaciones de España, Bélgica, Francia, Gran Bretaña, Italia, Alemania y Suiza, países que adquirieron el compromiso de dedicar la labor de sus emisoras libres a áreas de análisis político, como el conflicto de Centroamérica, el appartheid en Suráfrica, la desmilitarización de Europa frente a la OTAN y la paz mundial, entre muchos otros.

La guerra de frecuencias

La radiodifusión libre se inició con pequeñas emisoras de barrios, creadas por grupos de jóvenes que utilizaban espacios libres de la frecuencia modulada, omitiendo la reglamentación existente. Con equipos prácticamente caseros, transmitían a muy baja potencia y con una cobertura limitada, alcanzando, en el mejor de los casos, hasta unas cuatro cuadras a la redonda. El contenido de los programas estaba, y aún lo está, dirigido a tratar los problemas de las comunidades más próximas a las emisoras, tales como averías de calles, fallas en los servicios públicos y temas polémicos de interés general. Paulatinamente, las emisoras libres comenzaron a ampliar su cobertura en las transmisiones, al mismo tiempo que el nuevo modelo de *comunicación alternativa* se iba expandiendo por toda Europa.

Este ambiente fue propicio para el surgimiento de las llamadas "radios piratas", que reciben tal denominación porque transgreden espacios de transmisión previamente ocupados por emisoras privadas y estatales, y pertenecen a grupos que, amparándose en el principio de la radiodifusión libre, actúan en función de sus intereses particulares. En este sentido, la legalización de la FERL fue oportuna para evitar este tipo de situaciones. En sus estatutos la FERL determina que cualquier ciudadano que lo desee puede producir un programa en una emisora libre, siempre y cuando respete el espacio de transmisión de otras estaciones, se comprometa a defender los derechos humanos, la paz mundial, la armonía ecológica y ser eco de los problemas que aquejan a su comunidad.

Por amor al arte

Este desafío al orden radiofónico imperante es promovido básicamente por jóvenes cuyas edades oscilan entre los 12 y los 20 años, quienes, interesados en encontrar una alternativa frente a la información tradicional, prestan gratuitamente sus servicios a la comunidad. Curiosamente, también se muestran interesados por conocer los problemas que acontecen en el Tercer Mundo y por todas aquellas manifestaciones culturales que, de una u otra manera, disienten de las normas imperantes en la sociedad europea. Esta labor de pioneros no es remunerada, porque las emisoras libres, de acuerdo con su filosofía no aceptan publicidad: "En este caso —señala Ibarra, el director de *Onda verde* de Madrid— la radio no es el medio para la supervivencia. El salario significaría una contradicción con nuestros planteamientos básicos, porque nosotros cuestionamos la figura del profesional que trabaja para un medio parcializado. Nosotros damos el derecho a la palabra de una manera radical, y ésa es la mejor remuneración que pueden tener los realizadores y la comunidad."

La existencia de las radios libres, en gran parte, responde a todo un movimiento social, generado por grupos marginales urbanos que se han unido en un mismo frente de acción para obtener una tribuna propia que les permita desarrollar una crítica constructiva y constante. Es la voz de los sin voz que necesariamente surge en todas aquellas sociedades que han subestimado la fuerza y decisión de los grupos minoritarios. Este fenómeno de *comunicación alternativa* ya tiene representación en América, particularmente nos referimos a Estados Unidos, donde recientemente se han realizado algunas transmisiones de emisoras libres. La premisa que las guía es que las ondas no deben ser comercializadas, porque constituyen un patrimonio que no tiene dueños ni fronteras. En fin, una filosofía de la libertad.

Hernández, María Angélica, en *Papeles para el diálogo, 1.* Caracas, 1988.

20 Música y radio

La encuesta demuestra que la gente escucha radio en una alta proporción pero no sólo para informarse sino también para oír música o sentirse acompañado en sus tareas diarias.

La muestra se dividió en dos zonas para interrogar sobre el consumo de la radio: la que corresponde a la radio AM, donde existen programas noticiosos, deportivos, de interés general, musicales, culturales, etc., y la radio FM que se dedica fundamentalmente a la música.

AM para todos

El primer bloque se refería a la radio AM con la siguiente pregunta: *¿Escucha Ud. radio AM?* El 66,8 % (401 personas) respondió que sí y el 33,2 % que no. Existe un porcentaje ligeramente superior de hombres que escuchan radio (70,9 % frente a un 62,8 % de mujeres) y con un claro predominio de la gente mayor. En efecto, en tanto sólo un 31,6 % de los jóvenes entre 15 y 17 años escuchan AM, lo hacen el 88 % de la franja comprendida entre 55 y 64 años. No se observan variaciones importantes por nivel socio-económico ni tampoco por voto o por participación social, aunque sí por educación: escuchan radio AM en mayor proporción las personas menos educadas.

Con respecto a la cantidad de horas en que se escucha radio, se observa que el nivel de exposición a este medio es alta (especialmente en el caso de las mujeres). Sobre las 401 personas que respondieron por la afirmativa, 147 (un 36,7 %) contestaron que escuchan hasta dos horas diarias y otras 147 entre dos y cinco horas. Asimismo un 20,2 % escucha más de cinco horas. Todos estos datos corresponden a la conducta que se mantiene de lunes a viernes, ya que en los fines de semana varía considerablemente. En efecto, un 38,4 % respondió que no escucha radio los fines de semana y los porcentajes correspondientes a "dos horas" bajan a un 20 % y "de dos a cinco horas" a un 24,7 %.

No se observan en los días de semana variaciones importantes por edad, educación o nivel socio-económico. Los fines de semana, sin embargo, aumenta el número de oyentes de los grupos de nivel socio-económico y educativo más bajos (seguramente ante la escasa posibilidad económica de acceder a otros consumos).

Con respecto al tipo de programas que se escuchan, la primera preferencia se ubica en los musicales (59,9 %), seguido de los informativos (36,2 %), de los periodísticos de interés general (33,7 %) y de los deportivos (9,2 %). Los tres primeros tipos son elegidos en mayor proporción por las mujeres, en tanto que los hombres prefieren los deportivos. Los entrevistados más jóvenes y los de edad más avanzada eligen programas musicales y deportivos, en tanto que los mayores de 35 años se inclinan por los noticiosos y los periodísticos. Los grupos de nivel socio-económico más alto prefieren en mayor proporción los programas periodísticos, los de nivel medio se interesan por todos los tipos (excepto los deportes) y los de nivel bajo se vuelcan fundamentalmente hacia los programas musicales y deportivos.

Las radios que más se escuchan coinciden en la muestra con los datos generales de audiencia: radio Rivadavia (24,9 %) encabeza la lista, seguida por Mitre (13,2 %), Continental (10,2 %) y Colonia (8,2 %).

Escuchando la FM

El segundo bloque de preguntas corresponde a la audiencia de radio FM. En este caso los que contestaron que escuchaban frecuencia modulada constituyeron un 51,8 % de los entrevistados y los que no la escuchaban un 47,8 %. El 73 % de los grupos de edad comprendidos entre los 15 y los 35 años escuchan FM (dato que se correlaciona con la menor audiencia de AM que se registra en estos grupos) contra un 35 % de aquellos que tienen más de 35 años. Es decir: la FM es un fenómeno predominantemente juvenil y como ahora veremos de clase media y alta. En efecto, existen en la audiencia de FM marcadas diferencias por nivel socio-económico y por educación: los sectores más altos y más educados la escuchan en mucha mayor proporción que los otros grupos. Los datos no permiten suponer que la menor preferencia se deba a una falta de equipamiento (un alto porcentaje de los grupos de menor nivel socio-económico escuchan música también en cassettes y los pasacassettes en general tienen radio AM y FM) sino a una cuestión de gustos.

Edad de los oyentes de radio AM y FM

Escuchan radio	15-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
AM	31,6 %	45,3 %	56,6 %	70,6 %	85,7 %	88,0 %
FM	77,2 %	76,8 %	71,7 %	45,9 %	34,1 %	26,1 %

El tipo de programas elegidos son los musicales en un 93,2 % y los noticiosos en un 9 % sin que se observen diferencias importantes en las variables con que trabajamos habitualmente. Con respecto a las radios elegidas encabeza la lista la Rock & Pop, seguida por FM 100, FM Latina y FM Horizonte.

Finalmente, la radio (tanto AM como FM) es escuchada principalmente en el hogar (88,7 % de los casos), pero también fuera de la casa. Un 41,3 % afirmó escucharla en el auto o en el trabajo y también en casas de amigos o familiares (el mayor porcentaje de quienes escuchan fuera del hogar se registra en los sectores medios y medios altos). Por lo tanto no se puede afirmar que sea ésta una actividad del tiempo libre sino más bien una compañía en ocasión de realizar otras tareas. Esto se reconfirma con el hecho de que en los fines de semana, cuando las personas disponen de más tiempo libre, baja notablemente la audiencia radial.

El 88,7 % de los entrevistados afirmó escuchar música, sin discriminaciones de edad, sexo, nivel socio-económico o educativo. Se escucha música a través de la radio en primera instancia (55,5 %) y de los cassettes (34,2 %) y en menor proporción mediante discos o en la televisión. Los sectores populares escuchan en mayor medida la radio, en tanto los sectores medios y altos se inclinan un poco más hacia los discos y cassettes, pero las diferencias son poco significativas.

Los gustos musicales

Con respecto al tipo de música escuchada, la primera preferencia se registra en el rock (si sumamos el rock nacional y el extranjero obtenemos un 28,5 % de preferencias), seguido por el tango (22 %), la música melódica (17,7 %) y el folklore (13 %). Prefieren el tango y el folklore las personas mayores de 45 años y los grupos socioeducativos más bajos. El rock (ya sea nacional o extranjero) es un fenómeno principalmente juvenil y atraviesa todos los grupos socio-económicos y educativos (aunque con un arraigo ligeramente mayor en los grupos más educados y de mayor bienestar económico), en tanto la música melódica se ubica en las preferencias de los grupos de edades intermedias y de nivel socio-económico más alto.

Retomando lo expuesto hasta aquí podemos afirmar que el índice de exposición a la radio es muy alto y que cruza todos los grupos socio-económicos y todos los niveles educativos. Los géneros preferidos son la música y la información y la radio no aparece como una actividad del tiempo libre sino como una compañía en las tareas cotidianas.

Con respecto al caso de la radio en Frecuencia Modulada, ésta resulta un fenómeno fundamentalmente juvenil y de sectores medios y altos. Su uso casi excluyente es el de escuchar música, en tanto la AM se utiliza en porcentajes bastante similares para la información y la música.

Por último, en el caso del gusto por la música no aparecen segmentaciones de públicos (aunque los distintos grupos tengan inclinación por géneros musicales diferentes) ni tampoco brechas entre el gusto y la posibilidad de realizar la actividad concreta como sucede en el caso de otros consumos.

Landi, Oscar, Vacchieri, Ariana y Quevedo, José Luis. *Públicos y consumos culturales*. Buenos Aires, CEDES, 1991.

21 TV y educación

Se interrogó a la población entrevistada sobre su nivel de acuerdo con la frase: *nos guste o no, la TV influye más que la escuela en la formación de los chicos*. El 54,3 % de las personas encuestadas se manifestó muy de acuerdo con esta afirmación, mientras que el 15,3 % dijo estar más o menos de acuerdo, y el 24,3 % en desacuerdo.

En esta afirmación se detecta la percepción que tienen los entrevistados sobre el peso de la TV —y su competencia con la escuela— en la transmisión de valores, modelos, lenguajes, etc. Por otro lado, al tratarse de una pregunta que no discrimina los tipos de programas o las diferencias según bandas horarias, estamos suponiendo una competencia de toda la programación de la TV enfrentada en bloque a la escuela. Existe asimismo un cierto reconocimiento de esta competencia o de la contraposición entre ambas instituciones en lo que tiene que ver con la formación de los niños.

Por todo lo dicho, podemos afirmar que cuando se está muy de acuerdo con la frase propuesta, se le atribuye a la televisión un enorme peso en la vida y la formación de los niños, sin que esto suponga, obviamente, un valor positivo. Más aún, si leemos esta pregunta a la luz de la siguiente, que interroga sobre el rol de la televisión como transmisora de conocimientos, veremos que puede reflejar, en realidad, una visión de la TV como un medio de comunicación que no complementa la acción de la escuela.

Esta visión de los entrevistados que reconocen una gran influencia de la TV en la vida cotidiana de los niños —sin atribuirle por ello valores positivos— se asienta sobre todo en los sectores de mayor nivel educativo y mayores ingresos. Los porcentajes de respuestas de acuerdo con esta afirmación oscilan entre el 45,8 % (sin instrucción/primaria incompleta) hasta 64,1 % (secundaria completa). Del mismo modo, si consideramos el nivel socio-económico, se muestran más de acuerdo los sectores de mayores ingresos que los bajos: mientras ABC1 registra un 65,1 %, D2E sólo alcanza el 45,9 %. Si analizamos las respuestas en desacuerdo, se verifica la misma tendencia pero con cifras invertidas: la frecuencia que registra el nivel D2E (30,3 %) es bastante mayor que la de ABC1 (16,3 %).

Como dijimos más arriba, la última frase propuesta vincula directamente a la TV con la educación. Aquí se le exige al entrevistado un mayor compromiso sobre el rol positivo o negativo de la televisión con respecto a la formación de los niños. La afirmación dice: nuestra TV ofrece muchos programas que complementan los temas que se enseñan en la escuela. Las respuestas registradas muestran un nivel de desacuerdo muy alto: 56,2 % de los entrevistados, mientras que el 20,2 % se manifiesta más o menos de acuerdo y solamente el 11,2 % dice estar muy de acuerdo.

Si analizamos la composición de cada sub-grupo según su instrucción y nivel socio-económico, veremos que se reafirma la tendencia antes señalada. Ningún entrevistado con formación universitaria (completa o incompleta) está de acuerdo con esta afirmación. Las mayores frecuencias de respuestas positivas se concentran en las franjas sin

instrucción/primaria incompleta (16,76 %) y en primaria completa (15,7 %). Por el contrario, el desacuerdo con la idea de que la TV complementa la escuela va desde el 43,8 % para los sin instrucción/primaria incompleta —cifra bastante por debajo de la media del universo— hasta el 84,5 % que registra el nivel universitario completo:

En suma, podemos afirmar que el sub-grupo de entrevistados con menor instrucción (y nivel socio-económico más bajo) nos transmite una percepción global de la televisión bastante diferenciada de los otros sub-grupos. Veamos esto más de cerca.

En aquellas preguntas que indagan sobre la credibilidad de los noticieros de TV y sobre el medio en general, los niveles socio-económicos más bajos son los que concentran los mayores guarismos. Asimismo, estos entrevistados, a diferencia de los más instruidos, manifiestan que la TV es portadora de algún tipo de conocimiento y de cultura capaz de complementar el aprendizaje escolar. Esto supone que los estratos menos formados consideran de modo bastante diferente los saberes que transmite la televisión y pueden valorar como conocimiento aquello que los sectores más instruidos consideran un simple "entretenimiento". En términos generales podríamos decir que la TV agrega menos conocimiento a los más formados y despierta expectativas positivas de adquirir saberes en los menos instruidos.

Landi, Oscar, Vacchieri, Ariana y Quevedo, José Luis. *Públicos y consumos culturales.* Buenos Aires, CEDES, 1991.

22 La televisión. Gigante tímido

El efecto mejor conocido y patético de la imagen de la televisión quizá sea la postura de los niños de los primeros años escolares. Desde que existe la televisión, los niños (cualquiera que sea el estado de su vista) ven la página impresa desde una distancia media de 16.5 centímetros aproximadamente. Nuestros niños están esforzándose por llevar a la página impresa el mandato inclusivo de todos los sentidos propios de la imagen de la televisión. Con perfecta habilidad sicomimética llevan a la práctica los mandamientos de la televisión. Escudriñan, hurgan, desaceleran y se implican profundamente. Esto es lo que han aprendido a hacer en la fría iconografía del medio del libro de historietas. La televisión ha llevado el proceso mucho más allá. Súbitamente les lleva al cálido medio de la estampa con sus pautas uniformes y su rápido movimiento lineal. En vano se esfuerzan por leer en profundidad lo que se ve impreso. Ponen todos sus sentidos en lo impreso, y lo impreso les rechaza. La estampa reclama la facultad visual aislada y desprendida, no la unificación de los sentidos.

El casco-cámara de Macworth, cuando lo han llevado puesto niños que miraban la televisión, ha puesto al descubierto que sus ojos siguen no las acciones sino las reacciones. La mirada a duras penas se aparta del rostro de los actores incluso durante escenas de violencia. Este casco-cámara presenta, en proyección simultánea, tanto la escena como el movimiento de los ojos que la contemplan. Este extraordinario comportamiento es una indicación más del carácter muy frío y absorbente del medio de la televisión.

El modo de la imagen de la televisión no tiene nada en común con el cine y la fotografía salvo que brinda también una *gestalt* o postura de formas que no es verbal. Con la televisión, el espectador es la pantalla. Está sometido a un bombardeo de impulsos luminosos al que James Joyce llamó "la Carga de la Brigada Luminosa"[1] que imbuye en la "piel de su alma nociones subconscientes". Visualmente, la imagen de la televisión es pobre en datos. La imagen de la televisión no es una toma *fija* de vistas. No es fotografía en ningún sentido sino un contorno de cosas que está formándose incesantemente, iluminado por el dedo explorador. El contorno plástico resultante aparece gracias a la luz a *través*, no por la luz *en*, y la imagen así formada tiene la cualidad de escultura e ícono, más bien que la de una pintura. La imagen de televisión ofrece al que la recibe más de tres millones de puntos por segundo. De ellos el espectador sólo acepta unas pocas docenas a cada instante, con los que hace una imagen.

La imagen cinematográfica brinda muchos más millones de datos por segundo y, para que forme su impresión, el espectador no tiene que hacer la misma reducción de puntos. En lugar de ello tiende a aceptar la imagen plena como un trato global. En contraste con ello, el espectador del mosaico de la televisión, controlando técnicamente la imagen, reconstruye inconscientemente los puntos en una abstracta obra de arte que sigue la pauta de un Seurat o un Rouault. Si alguien preguntara si todo esto cambiaría en el caso de que la tecnología elevara el carácter de la imagen de televisión hasta el nivel de datos que es propio del cine, sólo podría replicársele preguntando: "¿Podríamos cambiar una caricatura añadiéndole detalles de perspectiva, luz y sombra?" La respuesta es afirmativa sólo que entonces dejaría de ser una caricatura. Ni tampoco la televisión "mejorada" sería ya televisión. La imagen es *ahora* una malla en mosaico de puntos claros y oscuros, cosa que jamás es ninguna toma de cine ni siquiera cuando la calidad de la imagen cinematográfica es muy baja.

Al igual que en cualquier otro mosaico, la tercera dimensión es ajena a la televisión pero puede superponérsele. En la televisión la ilusión de tercera dimensión la aportan, levemente, el decorado de los escenarios del estudio; pero la imagen de televisión es, en sí misma, un mosaico plano bidimensional. La mayor parte de la ilusión tridimensional es un añadido que dimana de que hemos estado viendo películas y fotografías, ya que la cámara de televisión no tiene incluido ningún ángulo de visión como lo tiene la cámara de cine.

La imagen de televisión exige que, a cada instante, "cerremos" los espacios de la malla por medio de una convulsiva participación sensorial que es profundamente cinética y táctil, debido a que el tacto es juego (o acción) recíproco de los sentidos más bien que contacto aislado de la piel y un objeto.

McLuhan, Marshall. *La comprensión de los medios como extensiones del hombre.* México, Diana, 1969.

[1] Retruécano que juega con la homonimia inglesa entre el sustantivo *light* (luz) y el adjetivo correspondiente a "ligero". Es célebre en la historia inglesa *La Carga de la Brigada Ligera (Charge of the Light Brigade)*, en la batalla de Balaclava, de la guerra de Crimea, en el siglo pasado.

8.3 Glosario

Alegoría: Género que se caracteriza porque los elementos presentes en el texto (o pintura, o película) están en lugar de otros elementos y en algún lugar o elemento del texto esa "equivalencia" es aclarada. Especialmente frecuente en las artes medievales donde, por ejemplo, la fuente equivale a la virgen, un árbol a Dios, el prado al Paraíso (ver los "Milagros" de Berceo), la alegoría llega hasta nuestros días especialmente bajo la forma de alegoría social o alegoría psicológica. Algunos teóricos han insistido en diferenciar a la alegoría de la metáfora o el símbolo porque en estos casos la equivalencia no es aclarada explícitamente. Desde este punto de vista, la alegoría supone arrancar un elemento a la totalidad del contexto, aislarlo y otorgarle una nueva función (aclaración o "suscriptio"). La alegoría es, por lo tanto, un fragmento, un género esencialmente fragmentario que liquida toda ilusión de totalidad armónica u orgánica entre las partes del texto.

Analogía: Relación según la cual una entidad se relaciona con otra por "semejanza" o "parecido" en algún aspecto o fundamento. La analogía ha sido especialmente aplicada a la retórica (la metáfora establece algún tipo de analogía entre el elemento metaforizado y el metaforizante), a la argumentación (así como del proceso A se deduce *x*, del proceso B se deduce *y*) y a la lógica de la significación: hay signos que se relacionan por analogía con aquello que designan: los mapas, los dibujos, los esquemas, diagramas y grafos, la fotografía hasta cierto punto.

Banda óptica: Todo relato cuyo soporte no sea exclusivamente la escritura se construye a partir de bandas ópticas y/o bandas sonoras*. Una banda óptica es una secuencia, una sucesión de imágenes organizadas de acuerdo con reglas y normas semiológicas generales referidas al relato y a la tradición de las artes visuales. Una banda óptica es una secuencia de dibujos (historieta, trípticos medievales), una secuencia fotográfica (cine, fotonovela) o una secuencia de imágenes generadas electrónicamente (video, televisión). Una banda óptica puede descomponerse según los diferentes elementos que forman la imagen: línea, color, iluminación, espacio, etc...

Banda sonora: Una banda sonora es una secuencia de sonidos organizados de manera más o menos autónoma: en el caso del radioteatro* la banda sonora es totalmente autónoma, en el caso de una película la banda sonora está subordinada o se relaciona con una banda óptica*. En una banda sonora, como en una banda óptica, los elementos se relacionan por contigüidad* y montaje*. Los elementos que forman la banda óptica son la voz humana, la música, ruidos ambientales, los planos sonoros, el timbre, la intensidad, el volumen, etc...

Camp: Estilo tributario del arte pop y de la estética de los medios masivos (ver lectura complementaria número 4). El camp es recargado, retorcido, muchas veces decadente y muy irónico. Los cultores del camp se llaman "campies" y son personas de un sentido del humor muy refinado y un gusto particularmente intenso por los objetos "feos" o "pasados de moda". El "campie" es el equivalente del dandy del siglo XIX. Vestirse de cuero fue, en una época, muy camp. Hoy, en cambio, es un poco kitsch*. Nada más camp que el plástico.

Categoría: Término utilizado en el contexto de una teoría determinada para designar uno de sus objetos o un elemento de su lógica interna. No importa qué quiere decir "alma", pero en tal sistema filosófico esa palabra explica el fenómeno *x* o el proceso *y*.

Cibernética: Disciplina científica aplicada al desarrollo de la robótica y de la inteligencia artificial. Las primeras investigaciones cibernéticas desarrollaron modelos* de la comunicación que todavía se utilizan.

Conflicto: Desde un punto de vista teórico-filosófico la categoría de conflicto es muy complicada. En los estudios sobre relato se llama conflicto a todo desequilibrio narrativo: algo que haga necesario una resolución, un restablecimiento (o no) del equilibrio de partida. En el eje del conflicto se suceden acciones o comportamientos, de modo que "conflicto" es una categoría narrativa fundamental (sin conflicto no hay relato). El conflicto no es necesariamente una hecatombe o un terremoto sino algo que entra en contradicción con otra cosa (un despertador que no suena cuando debe, un cordón de zapatilla que se desata, etc...).

Contigüidad: Relación según la cual un elemento se relaciona con otro simplemente porque los dos están presentes en un mismo lugar y al mismo tiempo. Las relaciones sintácticas son relaciones de contigüidad (en "el perro", "el" y "perro" están presentes al mismo tiempo en la misma frase), el relato establece relaciones de contigüidad, el montaje* funciona a partir de la contigüidad, etc...

Continuidad: Se trata de uno de los efectos más evidentes del montaje* en tanto tecnología audiovisual. La continuidad garantiza una percepción más o menos homogénea de la acción aún cuando ésta ha sido fragmentada en varias tomas. Tradicionalmente se ha denominado continuidad a varias funciones diferentes del montaje: cohesión semántica y encadenamiento sintáctico.

Convención: Toda convención supone un pacto institucional. Una convención es un acuerdo (o una imposición) sobre algún aspecto. Las relaciones convencionales son, entonces, relaciones sin otra determinación que el acuerdo entre las partes (el matrimonio, por ejemplo). Desde el punto de vista semiológico, hay signos que solo se relacionan con aquello que designan por convención o convencionalidad, como la palabra "niño" (a diferencia de la fotografía en la que aparece un niño que se relaciona con el niño fotografiado por semejanza o analogía).

Copete: En periodismo gráfico, se llama copete al resumen de la nota. Aparece entre el título o titular y la nota.

Cortina: En la radiodifusión se llama cortina a la banda sonora que sirve de identificación de un programa determinado. La cortina suele incluir música, el nombre del programa y alguna de sus características bajo la forma del slogan. Hay cortinas de apertura y de cierre. Es habitual que la cortina de cierre mencione a quienes hacen el programa (créditos).

Digital: Lo digital es algo organizado a la manera de los dígitos, del sistema de numeración. Entre el número 1 y el número 2 hay un espacio "infinito", una cantidad "infinita" de magnitudes. Todo sistema digital es discontinuo: establece blancos o vacíos (el espacio entre el 1 y el 2) para poder significar. Los sistemas digitales son, además, binarios: responden a una lógica armada a partir de la presencia/ausencia, blanco/negro, positivo/negativo. Los sistemas digitales son muy exactos pero muy abstractos: deben ser traducidos permanen-

temente (el caso de las computadoras). Como dice mi amigo Guido, "no tienen onda". Habitualmente se considera a la lengua como un código digital binario. Cuando algo es digital no es analógico*: funciona por convención* pura, no por analogía. Digital implica abstracto, discontinuo, convencional y binario, categorías que por otro lado caracterizan el pensamiento actual.

Disposiciones: Estar dispuesto a algo, ponerse a hacer algo, es estar preparado para afrontar algo. El conjunto de disposiciones que caracterizan a un individuo permiten darse cuenta de para qué ha sido preparado (por su familia, por la sociedad, por la historia). Las disposiciones permiten analizar sociológicamente la colocación de los individuos en la sociedad.

Edición: En periodismo gráfico y en radio, y en TV (es decir en los medios masivos), edición equivale a montaje*. Un editor es, en periodismo gráfico alguien que recorta, resume o expande notas, que titula y copetea. En radio y TV un editor es quien "pega" imágenes o sonidos para formar una secuencia. En ambos casos se trata de manipular un material previo para obtener un producto final.

Enigma: En la estructura del relato, un enigma es una pregunta cuya respuesta el relato desarrolla (ver lectura complementaria número 8/2). El más esquemático de los relatos es la adivinanza. Las dos grandes lógicas o preguntas que todo relato plantea son: "qué ha pasado para llegar a este punto" o "qué va a pasar después". Según se use una u otra lógica el relato varía.

Esquema: Todo esquema representa algo simplificando las relaciones entre los elementos. Simplificar, en este caso, significa determinar qué relaciones resultan pertinentes. Algo es esquemático cuando sólo reproduce algunas características (y no todas) de aquello que representa. Se ha dicho que el arte contemporáneo es esquemático en este sentido. Un esquema puede dar cuenta, por ejemplo, de las relaciones entre diferentes fuerzas encarnadas en los personajes de un relato: este esquema se llama *esquema actancial*. Pero un esquema puede dar cuenta también, de las acciones y su encadenamiento en una secuencia. Es el caso de los *esquemas narrativos*, cuyos dos grandes modelos* son la "trenza" y el "árbol" (ver lecturas complementarias número 9 y 10)

Experiencia: Se trata de una categoría* de larga tradición filosófica. Especialmente importante en los pensadores de la modernidad, la experiencia ha sido considerada o fuente del conocimiento o posibilidad del conocimiento o legitimación del conocimiento. Es el caso de la ciencia que (por lo menos en su etapa clásica) necesita de la experimentación para considerar verdaderas sus hipótesis. Desde el punto de vista de los medios de comunicación, la cuestión se plantea a partir de la "mediación* de la experiencia" que sería característica de las sociedades de masas: los individuos ya no experimentarían nada sino que todo vendría mediado por los medios de comunicación. Se supone que si hay mediación o mediatización*, no hay experimentación y viceversa. Quedarían sólo dos experiencias para el hombre contemporáneo: la muerte y el sexo, experiencias literalmente sin sentido.

Géneros: Un tema determinado, relacionado con un estilo determinado y una serie de reglas de organización discursiva determinada forman un género. El crimen, por ejemplo, es un tema que aparece tanto en una ley como en una serie de TV o una crónica policial. Cada género discursivo supone una relación diferente entre los participantes del acto comunicativo. Los géneros discursivos son una mediación* entre la realidad y el hecho comunicativo concreto. Hay géneros primarios (la conversación) y géneros secundarios que incluyen a los anteriores (la novela). En algunos géneros la función estética es dominante: son los géneros artísticos. Dentro de éstos, los géneros que se organizan sólo de manera escrita son géneros literarios (poema, cuento, novela). Los géneros literarios y los géneros artísticos son mucho menos estables que los que no los son (la conversación, los discursos políticos, las leyes).

Guión: Variedad de relato cuya característica principal es que es un pre-texto: un texto con indicaciones para el montaje o puesta en escena del texto definitivo. Todo guión supone que el relato definitivo tendrá como soporte bandas ópticas y/o sonoras. El texto de una obra de teatro es un guión, las indicaciones para un acto escolar son un guión. Las formas más clásicas son el guión de cine y de radio. Hay guiones que se "reconstruyen" a partir de una película o programa de TV: se llaman "découpage" y sirven para analizar con detenimiento~ las diferentes instancias (planos, diálogos) del "texto" en cuestión.

Gusto: Frecuentemente se considera que el gusto es una pura elección individual. Hay varios estudios sociológicos del gusto que demuestran hasta qué punto el gusto depende de disposiciones*, tradiciones* y otras determinaciones sociales de los consumos culturales (ver lectura complementaria número 0). Los medios masivos de comunicación, además de formadores de opinión son formadores de gusto. Desde este punto de vista uno no elige nada sino que es elegido (interpelado, llamado) por determinados consumos a partir de un conjunto de determinaciones (disposiciones, hábitos y tradiciones).

Hábito: Hay conductas conscientes (caminar) y conductas inconscientes (los tics nerviosos). Hay conductas que son más o menos inconscientes y que responden a hábitos adquiridos. Los hábitos determinan, a veces, elecciones estéticas y éticas. Un hábito es hablar de cierto modo, caminar por ciertos lugares, escuchar determinada radio (con independencia de la música que se escucha). Es obvio que el hábito de escuchar FM condiciona y determina el gusto musical (ver lectura complementaria número 20).

Indicio: Es un indicio todo aquello que indica algo, que suministra algún tipo de información. Cualquier cosa es un indicio en la medida en que tenga sentido o en la medida en que pueda, razonablemente, imponérsele algún sentido. Los indicios serían, en este sentido, la unidad mínima del análisis cultural. De acuerdo con la voluntad presente en el indicio considerado se hablará de indicios espontáneos, cuando no dependen de la intención de emisor alguno, de indicios intencionales o señales cuando el indicio ha sido producido voluntariamente y es reconocido como habiendo sido producido voluntariamente. Por fin, los indicios falsamente espontáneos son aquellos que son reconocidos (parecen) espontáneos aunque han sido producidos voluntariamente. Los indicios intencionales, únicamente, son objeto de una teoría de la comunicación que queda definida, así, como el intercambio intencional de información*. Los demás indicios serían objeto de una teoría de la significación o semiosis.

Información: Se denomina información a los "contenidos nuevos" que transmite un mensaje. La información se mide en unidades denominadas "bit". Una computadora, por ejemplo, tiene tantos bits (o megabits) de memoria de acuerdo con la cantidad de información nueva que pueda almacenar. En un enunciado cualquiera la información puede estar codificada en diferentes niveles (léxico, sintáctico, fonológico, visual, etc...). Un enunciado tiene una capacidad determinada para transmitir información. Superada esa capacidad se ingresa en una situación de entropía: exceso de información respecto de la capacidad del soporte. Es habitual que los sistemas de comunicación o códigos* sean más bien redundantes para evitar la caída en la entropía y la pérdida de capacidad operativa.

Intencionalidad: Variable que sirve para clasificar indicios* o signos. La intención es, para determinadas corrientes filosóficas, una capacidad del sujeto de conocimiento, que "intenciona el objeto", es decir: que inviste de sentido lo que percibe. Desde este punto de vista los actos intencionales pueden ser voluntarios o no, conscientes o no. La noción de intencionalidad (del emisor) supone siempre una actividad interpretativa de algún tipo, razón por la que las teorías más recientes han rechazado de plano referirse a la intención y, en definitiva, *interpretar* enunciados o mensajes.

Interpersonal: Es interpersonal toda relación de uno con el otro, es decir: toda relación social. La lengua, por ejemplo, es una institución social y por lo tanto interpersonal. Recientes teorías psicoanalíticas han reinvindicado el carácter intersubjetivo de la personalidad, en la medida en que el "yo" es siempre en relación con el otro ("YO ES OTRO", "EL INCONSCIENTE ES EL LENGUAJE DEL OTRO", etc...). En este sentido, la subjetividad supone siempre la alteridad ("alter" = otro).

Kitsch: La palabra alemana kitsch designa antes un modo de relacionarse con los objetos que a los objetos en sí mismos. Así, el kitsch aparece en todas las épocas y en todos los lugares, aunque sería característico de la cultura de masas. La cultura de los medios masivos sería irremediablemente kitsch. La tipificación del kitsch es compleja: todo puede derivar en kitsch con el tiempo. En principio, el kitsch se caracteriza por el horror al vacío y la consiguiente proliferación de formas no funcionales, el uso de materiales falsos (mármol falso, madera falsa, algodón falso: telgopor y plástico). Desde el punto de vista estético el kitsch es la antítesis más aguda del arte porque es el intento de realizar algo de acuerdo con determinada norma y la imposibilidad de concretarlo. El kitsch es una pretensión (falsa) de originalidad y de lujo y frecuentemente es sentimental o sensiblero. Se dice, por ejemplo, que el programa de Mirtha Legrand es kitsch con sus escenografías de pretendido buen gusto, que Xuxa es kitsch en su carácter de muñeca rubia, etc... (Ver lectura complementaria número 14/2.)

Léxico: Todo código* o sistema* de significación consta de un léxico y de reglas* para la producción de enunciados. El léxico es un repertorio de señales con un significado asignado (el caso de las palabras en la lengua o de los colores en el semáforo).

Libitum: Parlamentos de una serie, película o teleteatro que quedan librados a la improvisación de los actores de acuerdo con una situación cualquiera.

Mediación: Una de las categorías centrales en las teorías del siglo XX. Si hay mediación entre una cosa y otra es porque esas cosas (o entidades, o instituciones) están separadas, es decir que son autónomas. La mediación (rechazada por muchos teóricos) ha sido una categoría central en el análisis de la cultura, que no sería sino una mediación entre el individuo y su propia experiencia*. La cultura del siglo XX sería, desde esta perspectiva, una cultura mediada porque todas las experiencias a las que el individuo puede acceder vienen mediadas a través de los medios y por los medios.

Mediatización: ver mediación.

Modelo: Todo modelo es una construcción teórica abstracta donde, a partir de ciertos supuestos, se establece el lugar que ocupa cada uno de los elementos que componen dicha construcción y, fundamentalmente, se estipulan las relaciones entre esos elementos. Se habla, por lo tanto, de un modelo de la comunicación o de un modelo de la lengua o de un modelo de subjetividad en el sentido de un esquema (o maqueta) formal.

Montaje: Se denomina montaje a un procedimiento formal para relacionar fragmentos discursivos entre sí. En principio el montaje fue un dispositivo de las vanguardias de principio de siglo, que pretendieron luchar contra la autonomía del arte, en contra de una concepción que autonomizaba el arte (ver "mediación"). Las vanguardias históricas creyeron encontrar en el montaje el dispositivo formal para evitar la autonomía (ver lectura complementaria número 12). En los medios masivos el montaje es el dispositivo básico de composición de bandas ópticas* y de bandas sonoras*. El montaje tiene funciones sintácticas (arma las "frases" ópticas o sonoras), semánticas (cohesiona las diferentes tomas, jerarquiza a partir de planos, etc...) y rítmicas (organización de superficies ópticas o sonoras a partir de repeticiones y equivalencias formales). El efecto-montaje resulta de la asociación de dos fragmentos discursivos que, relacionados uno con otro, suscitan en la conciencia que los percibe una idea, una emoción o un sentimiento ausentes en cada uno de esos fragmentos aisladamente.

Objeto: La categoría de objeto tiene múltiples sentidos. Opuesto a "Sujeto"* el objeto es aquello que se percibe, se conoce o se imagina (objetos de la percepción, del conocimiento o de la imaginación). Gramaticalmente el objeto es el término de una acción, una frase nominal (sustantiva) que completa junto con el verbo el predicado, lo que se dice, del sujeto. En teoría sobre la narración (narratología) se designa como objeto a aquello que constituye el proyecto del protagonista, su objetivo, aquello que una vez alcanzado cancelaría el relato. Esta acepción reúne las dos definiciones anteriores: por un lado el objeto es correlativo de un sujeto en el eje del deseo y por el otro el objeto es el predicado más general del sujeto (del protagonista): lo que lo pone en movimiento. Otras acepciones remiten al objeto (la mesa, la silla) para diferenciarlo de la cosa propiamente dicha (una materialidad sin forma y por lo tanto sin sentido). El objeto sería, aquí, materia ya formada, ya semantizada.

Organigrama: Esquema que representa las relaciones jerárquicas y funcionales en una organización o institución. El organigrama es siempre de forma arbórea.

Pop art: Abreviatura de *"popular art"*, corriente estética que se impuso en las artes plásticas de la década del sesenta básicamente a partir del trabajo de varios artistas norteamericanos (Lichtenstein, Jim Dine, Segal, Rauschemberg, Oldemburg). Del pop surgen varios temas y varias concepciones que rápidamente se generalizaron hasta denominar a toda la cultura (música pop, cine pop, vestimenta pop, cultura pop). La cultura pop y la cultura de los medios masivos son correlativas y en más de un sentido se presuponen. El arte pop es un arte esencialmente antirrealista que toma como objetos de representación los mensajes ya mediados, los mensajes de los medios masivos de comunicación.

Punto de vista: El punto de vista es una combinación de ángulo de mirada y distancia. Designa metafóricamente el lugar desde el cual algo es mirado o contado o descripto. El punto de vista en un relato audiovisual es a la vez una posición formal (del narrador) y espacial (de la cámara). Tradicionalmente se ha establecido una oposición entre "objetivo" y "subjetivo" según que el punto de vista coincida con un personaje implicado en el relato (punto de vista subjetivo) o con una figura no identificable en la trama (punto de vista objetivo). En la teoría sobre el relato las cuestiones referidas al punto de vista ocupan un lugar central.

Radioteatro: Variedad de la representación teatral caracterizada por la emisión a través de la radio. Reposa, por lo tanto, sólo en una banda sonora, sin imagen. El género radioteatro está asociado en su origen con el folletín (entregas periódicas) y el melodrama. También es importante la relación con la comedia y el relato de aventuras que, durante el período clásico del radioteatro eran los géneros hegemónicos (*Tarzán*, *Los Pérez García*, en Argentina).

Reglas: Se denomina regla a toda convención o norma utilizada para la producción de sentido. Hay reglas sintácticas, reglas fonológicas, reglas gráficas, reglas semánticas, etc... Un conjunto organizado de reglas es una gramática y junto con un léxico forman un sistema. Un conjunto de reglas equivale a un conjunto de instrucciones. Todo código o sistema supone, por lo tanto, un conjunto de reglas para la producción de enunciados (reglas sintácticas o de combinación o para la lectura de enunciados (reglas semánticas o de interpretación). Al proceso de circulación de sentido de acuerdo con reglas (de producción o de interpretación se la denomina en determinados contextos como proceso de "codificación-decodificación". El conjunto de reglas sistemáticamente organizados que utilizarán hipotéticamente tanto emisor como receptor es el modelo de la comunicación.

Señal: Indicio* intencional autónomo.

Separador: Especie de cortina que sirve para separar secciones dentro de un programa de radio. Es más breve que una cortina.

Semejanza: Relación entre dos entidades que supone rasgos en común entre una y otra.

Sinopsis: Respecto del guión, una sinopsis es un resumen más o menos literario de la trama, sin indicaciones técnicas ni parlamentos.

Situación: Una situación es un conjunto de datos sobre espacio, tiempo o personas (o personajes). En un relato se distingue situación inicial o situación final como dos conjuntos esenciales para poder definir las transformaciones narrativas entre una y otra.

Soporte: Se denomina soporte a la materia con que un enunciado se construye. El soporte de un cuadro es diferente del soporte de una escultura. El soporte material del cine no es el mismo que el soporte material de la TV, lo que tiene consecuencias formales, técnicas y semánticas.

Story-board: Guión con esquemas, dibujos y/o fotografías que especifiquen características visuales de la película de que se trate.

Sujeto: La categoria "sujeto" tiene una larga trayectoria teórica. En principio, en oposición a "objeto"*, sujeto es una posición que designa a quien conoce, imagina o percibe. Los lógicos hablan de sujeto en relación con el predicado: el sujeto es una entidad de la que algo se predica. En teoría gramatical suele diferenciarse entre sujeto de la acción desde el punto de vista lógico o sujeto de la oración desde el punto de vista gramatical. Desde este punto de vista (que pocos teóricos sostienen) el sujeto es una mera posición formal, sin correlación semántica alguna. En las teorías sobre la narración, la noción de sujeto es más o menos heredera de las acepciones anteriores: un sujeto es una posición que, junto con la posición de objeto, funciona en el eje del deseo o determina quién o qué está en posición de conocer, imaginar o percibir y por lo tanto respecto de quién aparecen los predicados del relato (en un relato escrito, los verbos de base). La categoría sujeto, con otros sentidos, es igualmente importante en teoría sobre la comunicación. Lo que aquí se rescata es la noción de sujeto histórico o sujeto social que, una vez más, consistirá en posiciones consideradas respecto de la historia o del conjunto de la sociedad. Interesa ver de qué manera se producen procesos de subjetivación: de qué manera los medios construyen determinadas subjetividades, cuáles son los modelos de subjetividad propuestos por los medios, qué relación hay entre estos modelos de subjetividad y la vida de las personas, etc.. En general se ha señalado que la cultura de masas produce un sujeto disperso o fragmentado (en oposición al sujeto pleno o completo de la filosofía tradicional).

Teoría: Una teoría es un conjunto de enunciados explícita, sistemática y coherentemente organizados. Una teoría supone un conjunto de hipótesis, un objeto de conocimiento y una metodología para aplicar a ese objeto. En este sentido, una teoría es también un punto de vista o una visión de mundo, con la diferencia de que no se basa en presupuestos o enunciados implícitos sino en enunciados explícitos. Existen teorías de la comunicación así como existen teorías del sujeto, de la narración, de las ideologías, del discurso, etc... Se trata de teorías regionales, en oposición a teorías globales tales como las que podrían caracterizar a la ciencia en su versión más tradicional.

Texto: La palabra "texto" se relaciona etimológicamente con las palabras "tejido" y "trenza", razón por la cual los teóricos que la utilizan se refieren a ese campo semántico: un texto es un tejido de voces (la voz del narrador, la voz de los personajes, la voz del lector) o de códigos (el código de los enigmas, el código de las acciones, el código de las referencias culturales, el código de los rasgos semánticos y el código simbólico). Desde esta perspectiva un texto es una secuencia discursiva mayor a la oración (igual que para quienes postulan una gramática textual), pero además es un tejido que incluye implícitos discursivos (lo que no se dice explícitamente) y sentidos connotados (dichos de manera indirecta) así como una determinada imagen (retórica) que quien está hablando tiene de sí. Recientemente la categoría texto ha pasado a designar cualquier secuencia con independencia de su soporte: hay textos sonoros, textos ópticos, textos audiovisuales así como se habla también del texto urbano. Videotexto, por ejemplo, designa a cualquier texto cuyo soporte sea un video o, más específicamente, un texto transmitido a distancia a través de la tecnología del video (en oposición al télex o al fax).

Tradición: Una tradición es una formación imaginaria (conjunto de ideas) que, siendo ya arcaicas siguen actuando de algún modo sobre la realidad. Tanto en sociología como en teoría política se ha prestado especial atención al papel que las tradiciones cumplen en la organización de la vida cotidiana o de la vida política de una comunidad. Las tradiciones son espacios privilegiados para la formación de gustos* y hábitos*.

Transformación: Transformar algo es dar a ese algo otra forma. Una transformación da cuenta de ese proceso y se supone que puede expresarse mediante fórmulas, que puede formalizarse. Hay transformaciones lingüísticas tales como la pasivación (transformar la voz activa en pasiva) o la negación (introducir operadores de negación: no, ningún, etc...) pero hay también transformaciones discursivas que afectan a toda una secuencia de enunciados y no sólo a la oración. Dentro de estas transformaciones discursivas encontramos las transformaciones narrativas, que explican los desplazamientos de determinado sujeto en un modelo formal denominado cuadrado semiótico.

Volanta: Título menor de una nota periodística que aparece por encima del título principal y que completa su sentido contextualizándolo.

8.4 Bibliografía razonada

Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Max. *Dialéctica del iluminismo*. Buenos. Aires., Sudamericana, 1988.

Libro fundamental para comprender las ideas centrales de la Escuela de Frankfurt sobre la industria cultural y la teoría crítica por ellos construida.

Barthes, Roland. "Introducción al análisis estructural del relato" en *El análisis estructural*. Buenos. Aires., CEAL, 1988.

Texto clásico de la etapa estructuralista de Roland Barthes. El modelo de análisis aquí presentado ha sido masivamente incorporado a la metodología escolar.

Barthes, Roland. S/Z. México, Siglo XXI, 1980.

En algún sentido refutación ideológica de la "Introducción", desde el punto de vista metodológico este libro la completa y perfecciona. Análisis minucioso de una novela corta de Balzac, es probablemente uno de los mejores libros de crítica jamás escritos.

Barthes, Roland. *El susurro del lenguaje*. *Lo obvio y lo obtuso* y *La aventura semiológica*. Barcelona, Paidós.

Recopilaciones de artículos breves de Roland Barthes agrupados temáticamente.

Baudrillard, Jean. *La sociedad de consumo*. Barcelona, Plaza & Janés, 1974.

Descripción de los mecanismos semióticos de la sociedad de consumo. Una versión perfeccionada de la postura de Baudrillard puede verse en su *Crítica de la economía política del signo*.

Benjamin, Walter. *Discursos interrumpidos I y II*. Madrid, Taurus.

Recopilaciones de artículos de uno de los más importantes teóricos del siglo. Ver también las recopilaciones tituladas *Iluminaciones I, II y III* (Taurus).

Berger, John. *El sentido de la vista*. Madrid, Alianza, 1990.

Recopilación de los principales artículos de Berger, también autor de *Modos de ver*, un libro clásico sobre la lectura de la imagen.

Bourdieu, Pierre. *Cosas dichas*. Buenos Aires, Gedisa, 1988.

Recopilación de textos breves y entrevistas. Exposición clara de las líneas fundamentales del pensamiento de Bourdieu.

Bürger, Peter. *Teoría de la vanguardia*. Barcelona, Península, 1987.

Exposición comprensiva de las principales teorías sobre el arte de vanguardia, con posiciones cercanas a las de la escuela de Frankfurt.

Chion, Michel. *Ecrire un scénario*. París, Cahiers du Cinéma/INA, 1985.

Clásico estudio sobre el guión. Hay traducción española en Cátedra.

Courtés, Joseph. *Semiótica narrativa y discursiva*. Buenos Aires, Hachette, 1980.

Introducción clara e inteligente a los estudios semióticos y narratológicos de A. Greimas.

Di Tella, Andrés y otros. *El guión cinematográfico*. Santa Fe, Centro de Publicaciones UNL, 1991.

Producto de un coloquio organizado sobre el tema, excelente aproximación desde la perspectiva de los críticos y los guionistas.

Foucault, Michel. *El orden del discurso.* Barcelona, Tusquets, 1979.

Lección inaugural al College de France. Resume investigaciones y plantea hipótesis sobre las relaciones entre poder y discurso. Ver también *Vigilar y castigar*, un estudio célebre sobre las prisiones (México, Siglo XXI, 1987) y las recopilaciones de artículos *Saber y Verdad* y *Microfísica del poder* (Madrid, de la Piqueta).

Landi, Oscar, Vacchieri, Ariana y Quevedo, José Luis. *Públicos y consumos culturales.* Buenos Aires, CEDES, 1991.

Uno de los más serios estudios sobre los medios en Buenos Aires desde una perspectiva sociológica.

Masotta, Oscar. *El pop art.* Buenos Aires, Columba, 1967.

Uno de los mejores análisis del arte pop y sus relaciones con los medios masivos de comunicación.

McLuhan, Marshall. *La comprensión de los medios como extensiones del hombre.* México, Diana, 1969.

Clásico de clásicos. Todos los medios pormenorizadamente analizados y una poderosa teoría sobre la percepción.

McQuail, Denis. *Introducción a la Teoría de la comunicación de masas.* Barcelona , Paidós, 1985.

Excelente manual introductorio a las diferentes teorías de la comunicación.

Winkin, Ives (comp.). *La nueva comunicación.* Barcelona, Kairós, 1984.

Excelente recopilación de artículos de diferentes corrientes teóricas.

Me habría gustado que hubiese detrás de mí (habiendo tomado desde hace tiempo la palabra, repitiendo de antemano todo cuanto voy a decir) una voz que hablase así: «Hay que continuar, no puedo continuar, hay que decir palabras mientras las haya, hay que decirlas hasta que me encuentren, hasta el momento en que me digan –extraña pena, extraña falta, hay que continuar, quizás está ya hecho, quizás ya me han dicho, quizás me han llevado hasta el umbral
de mi historia, ante la puerta
que se abre ante mi historia;
me extrañaría si se abriera».

Foucault, M. *El orden del discurso*. Barcelona, Tusquets, 1979.

Se terminó de imprimir en el mes de febrero de 1992,
en los Talleres de Carlos A. Firpo.
Suárez 659, Buenos Aires, Argentina.

$ 320.00

I.S.B.N. Nº 950-99530-4-0